سلسلة السياحة والفندقة (٣)



فن الدلالة السياحية

THE ART OF TOURISM GUIDING

الدكتور
خالد مقابلة
إدارة الفنادق
جامعة العلوم التطبيقية





فــن

الدلالة السياحية

THE ART OF

TOURISM GUIDING

الدكتور خالد مقابلة

ادارة الفنادق

جامعة العلوم التطبيقية

١٩٩٩ - ٢٠٠٠

رقم الايداع لدى دائرة المكتبة الوطنية
(١٤٧٦/٨/١٩٩٩)

رقم التصنيف	: ٣٣٨,٤٧٩١
المؤلف ومن هو في حكمه	: خالد مقابلة
عنوان المصنف	: فن الدلالة السياحية
الموضوع الرئيسي	: ١- العلوم الاجتماعية
	٢- السياحة - أدلة
بيانات النشر	: عمان: دار وائل للنشر

* - تم اعداد بيانات الفهرسة الأولية من قبل دائرة المكتبة الوطنية

الرقم المعياري الدولي للكتاب: (ردمك) ISBN 9957-11-068-3

الطبعـــــة الأولى
١٩٩٩م

دار وائـــــل
للطباعة والنشـــر

DAR WAEL
Printing - Publishing

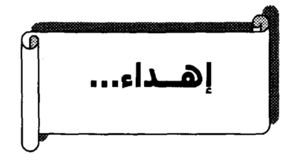
شارع الجمعية العلمية الملكية - هاتف : ٥٣٣٥٨٣٧ ص.ب ١٧٤٦ الجبيهة

بسم الله الرحمن الرحيم

* الله نور السماوات والأرض مثل نوره كمشكاة فيها مصباح المصباح في زجاجة الزجاجة كأنها كوكب دري يوقد من شجرة مباركة زيتونة لا شرقية ولا غربية يكاد زيتها يضيء ولو لم تمسسه نار نور على نور يهدي الله لنوره من يشاء ويضرب الله الأمثال للناس والله بكل شيء عليم *

صدق الله العظيم

(النور-آية ٣٥)



اهدي ثمرة هذا الجهد المتواضع

إلى...

المعلم الموجه والمرشد المثالي

إلى...

أخي الأكبر أبو ضياء وعائلته

المقدمة

تعتبر صناعة السياحة والسفر ثاني أكبر صناعة على المستوى العالمي، ويتوقع لها مزيدا من النمو والازدهار في الغد القريب لتصبح أكبر صناعة عالميا، على الأقل من حيث رأس المال المستثمر والأيدي العاملة ،...إذ بلغ حجم النشاط الاقتصادي السياحي بحوالي ٤,٤ ألف مليار دولار ،وتقدر عدد الوظائف التي أوجدتها صناعة السياحة بحوالي ٢٣١ مليون وظيفة في عام ١٩٩٨ .ويقدر حجم النشاط الاقتصادي السياحي عام ٢٠١٠ بنحو عشر آلاف مليار دولار من الطلب الإجمالي علاوة على توفير حوالي ٣٢٨ مليون وظيفة.

هذا بالطبع يحتاج لرؤيا نافذة واستغلال أمثل للموارد المتاحة ،وخاصة البشرية منها، من حيث تخطيط القوى البشرية، التدريب ،التنمية والتطوير، وإعادة التأهيل الوظيفي ،وزيادة الوعي والتثقيف السياحي وبيان أهمية السياحة الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية والحضارية ،والبيئية .

ومع بداية الألفية الثالثة لميلاد السيد المسيح عليه السلام وما تحويه من معان عميقة وواسعة الأبعاد للسياحة العالمية ،نجد أنفسنا بأمس الحاجة إلى إعادة النظر بالبرامج السياحية على المستوى المحلي، القومي، والدولي.

الدليل السياحي هو وجه البلد والسفير المقيم في بلده .وغالبا ما يكون الدليل أول من يلتقي السائح وآخر من يودعه .فهو أولى الأشخاص بتشكيل الانطباع الأول، وربما الأخير والدائم في ذهن السائح. كذلك يعتبر الدليل أهم عنصر من عناصر البرنامج السياحي.فالدليل يبقى ملازما للسائح في حله وترحاله واكثر من يعرف عن حاجاته، انطباعاته ، ومشاكله، وهو الذي يستطيع تغيير أية انطباعات غير إيجابية حول بلده ويغرس الصورة المطلوبة في أذهان السياح.

تفتقر مكتبتنا العربية الى الكتب المتخصصة في هذا المجال بالرغم من أهميته الخاصة . فنرجو ان يسد هذا الكتاب جزءا يسيرا من هذا الفراغ.

يحتوي الكتاب بين طياته على أربعة أبواب :صناعة السياحة ، الدليل السياحي الناجح ، التسهيلات السياحية ، وإدارة الخدمات السياحية.وكل باب منها يحتوي مجموعة من الفصول المترابطة من حيث تسلسل الأفكار وسلاسة عرض المعلومات وتشويق القارئ ما أمكن بالابتعاد عن السرد العلمي المجرد للأفكار.ونظرا لعدم توفر المراجع الكافية في هذا المجال ، فقد تم ترجمة بعض الفصول بتصرف من كتاب "الدليل المحترف" المشار إليه في قائمة المراجع.

لا يتوقع المؤلف أن يكون الكتاب عصا سحرية تعمل على نجاح الدليل السياحي لكنه يأمل أن تساعد المادة المتضمنة في تنمية مهارات الدليل السياحي .

إضافة للدليل السياحي، يمكن ان يستفيد من هذا الكتاب كل من له اهتمام في مجال السياحة من مدرس، باحث، طالب، في تخصصات السياحة المختلفة وعلى رأسها الدلالة السياحية، إدارة مكاتب السياحة والسفر، إدارة المطاعم، إدارة الفنادق، إدارة النقل السياحي المتخصص، وإدارة الخدمات السياحية ،آملا أن يلقى الجميع ما يناسبهم بين طياته .

يسعد المؤلف أن يستأنس بآرائكم واقتراحاتكم حول مادة الكتاب على

ص.ب ٥٤١٥٤٤
أبو نصير ١١٩٣٧
عمان/الأردن

والله من وراء القصد

المؤلف

فهرس المحتويات

الباب الأول

صناعة السياحة

THE TOURISM INDUSTRY

الباب الثانى

الدليل السياحى الناجح

SUCCESFUL TOURIST GUIDE

الباب الثالث

التسهيلات السياحية

TOURISM FACILITIES

الفصل	المحتويات	الصفحة

الباب الرابع

إدارة الخدمات السياحية

MANAGING TOURISM SERVICES

المحتويات		الصفحة



صناعة السياحة

THE TOURISM INDUSTRY

الفصل الأول	تقديم
الفصل الثاني	مفاهيم سياحية
الفصل الثالث	كيف تطورت السياحة؟
الفصل الرابع	ما مدى أهمية السياحة ؟
الفصل الخامس	أبعاد السياحة
الفصل السادس	التأثير السياحي
الفصل السابع	تقسيم السوق

الفصل الأول

تقديم

An Introduction

ঌ৪৯ঌ

أصبحت الصناعة السياحية ثاني أكبر صناعة في الاقتصاد العالمي، على الأقل من حيث عدد المستخدمين ورأس المال المستثمر وعائدات العملة الأجنبية. كذلك تعتبر الصناعة السياحية من أكثر الصناعات نموا وازدهارا ،وعلى المدى البعيد يتوقع لها مزيدا من النمو والتوسع والنجاح .

إن التغير في الصناعة السياحية نتيجة حتمية لا شك فيها ،لكن ما يدعو الاقتصاديين والباحثين للقلق هو حجم واتجاه التغير المتوقع وهذا بالمقابل يتطلب جهودا حثيثة من الاقتصاديين ،الباحثين ،الحكومات ،المختلفة والمستثمرين من القطاع الخاص في قطاع السياحة ونشاطاتها المختلفة والمتشعبة الجوانب .هذه المهمة ليست بالسهلة وذلك لأسباب تعود لطبيعة السياحة كصناعة متعددة الجوانب والتداخل والتأثير مع ما يرافق ذلك من علاقة التأثير والاستجابة مع باقي الجوانب والنشاطات الاقتصادية .

مع مرور الزمن يزداد حجم المسافرين وتتنوع تركيبتهم؛ بعكس سابقيهم وأسلافهم أصبح المسافرون كثيرو المطالب ويتمتعون بدرجة عالية من الوعي. بالإضافة لذلك فإن رغبات وميول المسافرين أصبحت في تغير مستمر وصعبة التنبؤ كما هي التغيرات التكنولوجية .

يعزى النمو والتوسع في الصناعة السياحية لأسباب عدة منها :زيادة ساعات الفراغ والإجازات المدفوعة الأجر ،الاتجاه الصناعي والخدمي للمجتمع وكذلك اتجاهات المجتمعات للمدنية والتحضر ،زيادة حجم الطبقة الوسطى في المجتمعات ، سرعة التغير والإبداع التكنولوجي وكذلك الوعي الزائد للناس من خلال حملات الترويج السياحي ووسائل الإعلام المختلفة . وهكذا أصبحت السياحة طريقة ونمط حياة وليست مسألة مغامرة حياة أو موت .

السياحة العالمية تعتبر نشاط واسع الأفق والتأثير وتتضمن مزيج معقد من عناصر مادية مثل وسائل الراحة والنقل وكذلك عناصر أخرى نفسية مثل مواقف، سلوك وتوقعات المسافرين .

عملية الجذب السياحي لمنطقة ما يعتمد على توفر عناصر عدة منها :

Security, Sun, Sand, Sea, Spas وكذلك التراث الحضاري للمنطقة ،قربها من الأسواق المصدرة للسياح، الصورة العامة والسياحية للبلد وتوفر وسائل الضيافة، تكاليف السفر، الوضع الصحي والثقافي للمجتمع ،الدخل الفردي المتاح والفئة العمرية والجنس.

الفصل الثاني

مفاهيم سياحية

CONCEPTS & DEFINITIONS

ଓଓ୭୦୯

أصبحت الصناعة السياحية ،والتي تعتبر صناعة خدمات معتمدة بالشكل الأساسي على العمالة ،مصدرا مهما وأساسيا للدخل والتشغيل وخاصة في الدول النامية التي تعوزها القاعدة الاقتصادية المتينة .كذلك لا يمكن تجاهل الصناعة السياحية كمصدر للتفاهم السياسي والثقافي ومحفز للنمو الاقتصادي المتوازن.

تهتم السياحة بجذب المسافرين ،استقبالهم ،تقديم وسائل الراحة والسرور وكذلك برامج التسلية والضيافة التي تشعر السائح أنه في بلده الثاني A Home Away From Home وبالتالي تحسين مستوى الرضا والإشباع لدى المسافرين ومن ثم زيادة معدلات السياحة المتكررة Repeat Business .

هذه الأيام ،السياحة ليست مقتصرة على طبقة الأغنياء والحكام لكنها أصبحت نمط حياة ووسيلة سرور وسعادة لاستكشاف ومعرفة الغير معروف في جميع مجالات النشاطات الإنسانية والمظاهر الحياتية المختلفة .بالإضافة لذلك تعتبر السياحة وسيلة للبحث عن الراحة والاستجمام ،الهدوء والسكينة والطمأنينة، وراحة العقل والجسم في بيئة مناسبة توجد فيها العناصر السياحية الضرورية .

في ما يلي شرح بسيط لبعض المفاهيم السياحية :

السياحة TOURISM

يعود مفهوم السياحة لكلمة رحلة Tour المشتقة من الكلمة اللاتينية Torno وفي عام ١٦٤٣ ولأول مرة تم استخدام المفهوم Tourism ليدل على السفر أو التجوال من مكان إلى آخر ويتضمن المفهوم كل المهن والتي معا تشبع الحاجات المختلفة للمسافرين .السفر (الترحال) Travel يمكن أن يعتبر سياحة إذا توافرت فيه ثلاثة شروط :أن يكون مؤقت ،أن يكون بشكل تطوعي غير إجباري، وأن لا يكون فيه البحث عن العمل أو نشاطات ربحية .

السياحة الحديثة والتي ظهر مفهومها في النصف الثاني من القرن التاسع عشر يدا بيد مع تطور المجتمعات الصناعية في غرب أوروبا وشمال أمريكا تتميز بنمو مضطرد بالسياحة الجماعية Mass Tourism، التطور والتغير السريع في النقل الجوي والبحري وغيرها من الظواهر الأساسية .

وهكذا يمكن تعريف السياحة على أنها مجموعة الظواهر /الأحداث والعلاقات الناتجة عن سفر وإقامة غير أصحاب البلد ،والتي لا يكون لها أي ارتباط بأي نشاط ربحي أو نية للإقامة الدائمة حيث تكون بمثابة الحركة الدائرية التي يبدأ فيها الشخص أو المجموعة الترحال بداية من البلد الأصلي أو مكان الإقامة الدائمة وبالنهاية العودة إلى نفس المكان .

الزائر VISITOR

يمكن تعريف الزائر على أنه أي شخص يزود بلد غير بلده أو مكان إقامته الاعتيادي لأي سبب عدا عن اشغال وظيفة مأجورة أو الإقامة الدائمة في البلد التي يزورها .

يمكن تقسيم الزوار إلى مجموعتين لتسهيل قياس حجم الحركة السياحية وتأثيرها الاقتصادي :سياح Tourists ومتنزهين Excursionists. كذلك يمكن تقسيم

السياح لمجموعتين : سائح عالمي / دولي International Tourist وسائح محلـــــي Domestic Tourist .

السائح TOURIST

بما أن سبب الوجود raison d'être للصناعة السياحية هو وجـــود ونمـــو حجم السياح فإن جهود التخطيط والتنظيم جميعا تتجه لفهم السائح : حاجاته ورغباته وسلوكه ومن ثم محاولة إشباع هذه الحاجات والرغبات .

السائح الدولي INTERNATIONAL TOURIST

زائر مؤقت يعبر حدود بلاد غير بلده الأصلي أو محل إقامته الدائم بـــهدف قضاء أوقات الفراغ والمتعة والسرور leisure and pleasure ، التجارة Business أو لقاء الأهل والأصدقاء ... الخ لفترة أكثرها سنة واحدة واقلها ٢٤ ساعة ولا يقوم بأعمال تعود عليه بالمنفعة أو الربح المادي أو البحث عن إقامة دائمة في البلد التـــي يزورها .

تحليل بسيط وسريع للسياحة العالمية يبين لنا أن ١٧ دولة صناعية في العالم تمثل حوالي ٨٠% من الحركة السياحية العالمية .دول أوروبا تستحوذ على حوالـــي ثلثي الحركة السياحية وكذلك المصروفات السياحية العالمية .حصة الدول النامية لا تزيد عن ١٠% من السياحة العالمية .*(Seth, p.21)*

السائح المحلي DOMESTIC TOURIST

هو الشخص الذي يسافر داخل بلده لمكان غير مكان إقامته المعتاد ويقيم في وسائل الراحة التجارية لفترة لا تزيد عن ستة أشهر في المرة الواحدة لأسباب دينية، اجتماعية، تجارية ،الخ شريطة أن لا يبحث أو ينوي الإقامة الدائمة في المنطقة التي يزورها أو حتى يمارس أي نشاط ربحي فيها .

الطريقة الإحصائية الاعتيادية لقياس حجم السياحة الداخلية إمـا أن تعتمـد على حسـاب عـدد السـياح الذيـن يقيمـون فـي وسـائل الراحـة والتسـلية Accommodation Facilities ،والتي ترسل بشكل تقـارير دوريـة للسـلطات المركزية أو باستخدام عينة الدراسة بالاعتمـاد علـى الاسـتبيانات أو المقـابلات الشخصية ومن ثم تعميم النتائج .

من مجمل السياحة العالمية فإن حوالي ٩٠% هي سياحة داخلية ،وفي كثـير من الدول فإن السياحة الداخلية تشكل ما يزيد عن ٢٥ ضعف السـياحة الدوليـة . كذلك فإن حوالي ٧٥-٨٠% من المصروفات السياحية العالمية تصرف داخل نفـس بلد المسافر أو السائح .

المتنزه EXCURSIONIST

أي شخص يسافر بحثا عن الراحة والسعادة لمدة تقل عن ٢٤ ساعة في بلـد غير بلد إقامته الأصلي ولا يمارس أي نشاط مأجور في البلد الذي يزوره .

الزائر العابر TRANSIENT VISITOR

أي شخص يسافر في بلد غير بلده لفترة أقل من ٢٤ ساعة شريطة أن يكون كل توقف stopover لفترة زمنية بسيطة ولأسباب غير سياحية .

الفصل الثالث

كيف تطورت السياحة؟

HOW TOURISM DEVELOPED?

ﭑﭒﭓﭔ

قبل عشرة آلاف سنة اخترع الإنسان العجلة وبدأ السفر لمسافات طويلة .بعدها قام بتثبيت العجلات لعربته التي استخدم الحيوانات لسحبها في ترحاله .على فترات متقطعة ومختلفة من الزمن كان هنالك حركات جماعية كبيرة للناس لأسباب مختلفة ولم يكن شيء منظم كما هو عليه الآن في السياحة الحديثة .

مع استخدام سكة الحديد ،السيارة ،الطائرة ،التصنيع والمدنية أصبح الناس يسافرون طلبا للراحة والسرور ،للتجارة ... الخ ، ويقيمون في وسائل الراحة التجارية دون ممارسة نشاطات مأجورة في المناطق التي يزورونها ومنها أصبح الناس يرحبون بقدوم السياح كضيوف ويودعونهم كأصدقاء لهم حضروا للبحث عن الراحة والمتعة والسرور.

على الغالب كان اختراع العجلة والذي تبعه اختراع النقود من قبل السامرائيين التي أدت لنمو وتطور التجارة وشجعت الناس على الترحال .كان الفنيقيين ربما أول مسافرين بكل ما تحويه الكلمة من معنى حيث أنهم جابوا بلاد شاسعة كتجار وكمسافرين .

حوالي ثلاثة ملايين عام قبل الميلاد كانت مصر مشهورة في العالم المعروف آنذاك .اليونانيون القدامى سافروا لمسافات قصيرة مستخدمين القوارب. ربما يصح القول بأن الرومانيين كانوا أول من سافر في العالم بحثا عن وسائل

الراحة والسرور حيث كانوا يسافرون لمسافات تصل إلى مئات الأميال في اليوم الواحد باستخدام ما يسمى بسفر الأبدال Relays of Horses والتي كان يتم استبدالها من أماكن الاستراحة التي تبعد مسافة خمسة إلى ستة أميال عن بعضها البعض في فترة أوج الحضارة المصرية .في حوض البحر الأبيض المتوسط ازدهرت حركة السفر من خلال تبادل العملة وانتشار اللغة اليونانية مما سهل التفاهم بين الناس وسهل معاملاتهم .

ازدهار الحركة السياحية في العهد الروماني يمكن أن يعزى لنمو الطبقة الوسطى مع توفر العملة ،كثرة الطرق البرية والممرات المائية الممتازة ،توفر الأمان وتحسن فهم اللغات ،التوسع في الألعاب الرياضية التي نسخت عما بدأه اليونانيين والتي يقوم بها الأسرى والعبيد وكانت تسمى بالقتال حتى الموت Fight-to-death. بعد انهيار الإمبراطورية الرومانية في القرن الخامس وقعت الطرق تحت سيطرة قطاع الطرق والبربرية الهمجية حيث أصبحت غير آمنة للمسافرين. واستمر الحال هكذا حتى القرن الثاني عشر حيث أصبحت الطرق آمنة للمسافرين ثانية. من المتغيرات المؤثرة كذلك في تاريخ السياحة والسفر كانت النهضة الأوروبية حيث كان الانتقال بالمجتمع من القاعدة الريفية إلى التوسع المدني ونمو وتوسع ثروات الشعوب مما كان له عميق الأثر في السفر والترحال .

في الفترة ١٢٥٦-١٢٥٩ أصبح Marco Polo أعظم رحالة وأصبح كتاب أسفاره أكثر الكتب المطلوبة والموجودة اهتماما في مجال الترحال . في عام ١٤٨٩ كانت أسفار الرحالة العالمي المشهور Vasco de Gama. من أهم التطورات في بداية القرن السادس عشر كان ازدهار ما يسمى Grand Tour حيث استمر تطور هذا النمط في القرنين السابع والثامن عشر حتى أصبحت شبه روتينية ويعتبر القرن الثامن عشر العصر الذهبي لما يسمى Grand Tour وخاصة السنوات الثلاثين ما بين ١٧٦٣-١٧٩٣.

قام الإنجليزي Thomas Cook بتنظيم أول رحلة له عام ١٨٤١ في القطار ليوم واحد. كذلك مؤخرا قام بنقل حوالي ٥٧٠ زائر للمعرض العالمي في لندن في عام ١٨٥١ والإعداد والإشراف على إقامتهم وراحتهم .

بحلول عام ١٨٥٦ لم يعد السفر مقتصر على الطبقة الأرستقراطية الحاكمة بل كان هنالك Grand Tour في أوروبا وكان Thomas Cook أول من نشر مجلة في السفر لتعريف الناس بالجوانب المختلفة والاحتياجات الضرورية خلال الترحال.

كان لاستخدام سكة الحديد في القرن التاسع عشر أثر عظيم في تاريخ السفر والمسافرين. تم نقل المسافرين باستخدام القطار في عام ١٨٣٠ في بريطانيا لكن ولادة النقل المنظم في القطار كانت عام ١٨٤١ عندما قام Thomas Cook بتنظيم رحلته الشهيرة من ليسيستر إلى لندن والعودة.

بينما كان تطور سكة الحديد مسئولا عن النقل البري الداخلي فإن السفن التجارية قطعت الحدود وكان لها الأثر الكبير في السفر عبر القارات في القرن التاسع عشر. مع إدخال نظام الإجازات المدفوعة الأجر Paid Holidays فإن مفهوم السياحة الجماعية Mass Tourism قد انتشر . كان الربع الأخير من القرن التاسع عشر والذي ظهرت فيه الرغبة فيما يسمى بالإجازات المدفوعة الأجر أو على الأقل السياحة المخفضة التكاليف للأشخاص العاملين أو ما يسمى بالسياحة الاجتماعية Social Tourism.

عبر أول منطاد هوائي ذو محرك المحيط الأطلسي عام ١٩١٩ بقيادة طاقم بريطاني كما شهد النقل الجوي التجاري توسعا عظيما بعد نهاية الحرب العالمية الثانية . بينما بدأ النقل الجوي التجاري قبل الحرب العالمية الثانية إلا أن النقل الجوي الجماعي كان ظاهرة ما بعد الحرب وكانت الفترة الأساسية للنمو خلال الستينات من القرن العشرين عندما أصبحت ظاهرة قضاء العطلة ما وراء البحار اهتمام منظم لمجتمع خضع لارتفاع في مستوى المعيشة . في عام ١٩٥٢ أدخلت

رحلة الدرجتين التي أصبحت ممكنه من خـــلال الحـــافلات الجويـــة ذات الطاقـــة الاستيعابية العالية. هذه الفترة شاهدت أيضا أول محاولة لما بعد الحرب لتنظيم مـــا يسمى ب Package Tour أو الرحلة الشاملة المدفوعة الأجـــر الشـــاملة للمســـكن، المواصلات وغيرها والتي أصبحت نموذجا لسياحة هذه الأيام.

قدوم الطائرات النفاثة في عام ١٩٥٨ كان له الأثـــر الكبـــير مـــن حيـــث السرعة، الراحة وفعالية النقل الجوي ومن خلالها تم جذب عدد كبير من السياح كما هو الحال عليه الآن. التطور اللاحق كان إدخال مفهوم الرحلة الشـــاملة Inclusive Tour والتي يكون فيها السعر شامل للمسكن والمواصلات وغيرها حيـــث تكـــون أرخص مما لو تم الدفع لكل خدمة على حدة . وهنا تجدر الإشارة بأن غالبية مثـــل هذه الرحلات يتم على متن طائرات مستأجرة Charter.

الفصل الرابع

ما مدى أهمية السياحة ؟

HOW IMPORTANT IS TOURISM?

ଔଓଔଓ

خاصة بعد الحرب العالمية الثانية أصبحت السياحة من أهم الصناعات العالمية واحتل ظهورها اهتمام الخبراء والاقتصاديين .الدخل السياحي وإمكانية التوسع أعطيت أهمية واعتبارا كبيرا وتم السعي لهذه الأهداف في اقتصاد ما بعد الحرب السريع التوسع من خلال المشاريع الفردية ومن ثم الحكومية وكان التأكيد على النمو والترويج بدلا من الإدارة والرقابة .

مع إدخال السياحة الجماعية Mass Tourism ازداد الوعي للحاجة للتخطيط المركزي والإدارة السياحية من خلال الاهتمام الاقتصادي والاجتماعي والبيئي.

بالإضافة لكونها نشاط اقتصادي ،فإن السياحة تعتبر أساسا للتبادل الثقافي والحضاري بين الشعوب . تساهم السياحة كذلك بتشغيل الأيدي العاملة وبالإضافة لذلك فإن السياحة لها مساهمة كبيرة في تحقيق السلام والتفاهم العالمي .

الأهمية الاقتصادية للسياحة هي نتيجة للمصروفات المباشرة للسياح على وسائل الراحة ،التسوق ،الطعام والشراب ، ...الخ. وكذلك ما يسمى بتأثير المضاعف السياحي Multiplier Effect أو تأثير تداول النقود في عدة دورات لتوليد الدخل والمصروفات قبل تلاشي تأثيرها .

الفصل الخامس

أبعاد السياحة

DIMENTIONS OF TOURISM (The Tourism Cobweb)

ღ

هنالك أربعة أبعـــاد للسـياحة :منــاطق الجــذب الســياحي Attractions، التسهيلات والخدمات Facilities، النقل Transportation، والضيافة Hospitality

1. مناطق الجذب السياحي Attractions

عامل الجذب السياحي يمكن أن يكون المنطقة المقصودة نفسها مثــل عـــالم ديزني_Disney World أو أن تكون منطقة مقصودة ثانوية ،منطقة ممتعة أو مغرية للزيارة لبضعة أيام في الطريق لمنطقة الجذب الأساســي وتســمى هــذه المنــاطق بمناطق التوقف Stopovers أو Touring Destinations . مناطق الجذب الســياحي يمكن أن تعتمد على مصادر طبيعية ،حضارية ،عرقية أو مناطق تسلية وترفيه.

أ- المصادر الطبيعية Natural Resources

لكل منطقة يوجد مزيج فردي مميز من العناصر الطبيعية والجمال الطبيعي؛ المناخ، التضاريس، الماء، الشمس هي من أهم عناصر الجذب الطبيعي.

سهولة الوصول لمثل هذه المناطق ذات المصادر الطبيعية الجذابة هي مــن أهم ما يؤثر على معدل الطلب السياحي للمنطقة .

ب- العناصر الحضارية / الثقافية Cultural

الحضارة أو طريقة ونمط الحياة والتراث التاريخي للمنطقة يشمل وينعكس على مناطقها التاريخية، الدينية، نمط الحياة life style والثقافة والعادات والتقاليد.

ج- العناصر العرقية Ethnicity

الرغبة في الرجوع للوطن الأم هي ظاهرة متأصلة بين الشعوب. هنالك أنماط ترحال متميزة مثل رحلات سكان Toronto إلى اسكتلندا

د- التسلية والترفيه Entertainment

من الممكن كذلك جلب السياح بواسطة بعض وسائل التسلية والترفيه المتوفرة في المنطقة مثل المنتزهات وحدائق الحيوان وكذلك من الممكن أن تكون لفترة زمنية كل سنة مثل الاحتفالات الثقافية والمهرجانات .

٢. التسهيلات Facilities

بينما تقوم عناصر الجذب بجلب الناس للمنطقة فإن التسهيلات تخدم حاجاتهم ورغباتهم وتجعلهم يشعرون أن المنطقة هي بمثابة بلدهم الثاني A home away from home . التسهيلات السياحية عادة تدعم وتساند زيادة النمو الشامل في المنطقة .من التسهيلات المهمة في السياحة ما يلي:

أ-الإقامة Accommodation

وسائل الراحة التي تناسب أذواق وحاجات السوق تعتبر ضرورة لجذب السياح وإشباع رغباتهم وزيادة نسبة السياحة المتكررة . في العادة ينفق السائح ما يقارب ٢٥% من ميزانيته على وسائل الراحة والتي تكون بشكل فندق، موتيل، نزل، بنسيون أو غيرها *(Mill, p.24)*.

ب- الأطعمة والمشروبات(Food & Beverages (F&B

حوالي ٣٥% من ميزانية السائح تصرف على الطعام والشراب .بينما يحبذ الكثير من السياح تناول الأطعمة المألوفة لهم، لكن غالبية المناطق السياحية تحاول ترويج ما لديها من طعام وشراب للحصول على أكبر قدر ممكن من ميزانية السائح ولزيادة ما يسمى بتأثير المضاعف السياحي Tourism Multiplier Effect.

ج- الخدمات والتسهيلات المساندة Support Facilities and Services

تتضمن مثل هذه الخدمات والتسهيلات محلات التحف الشرقية Souvenir shops المتاجر ،المحلات المعفاة من الجمارك Duty-free shops ، محلات الغسيل والكي Laundries، المرشدين السياحيين Tourist Guides والتسهيلات الترفيهية Recreational Facilities، تكون هذه المنشئات في غالب الأحيان صغيرة الحجم يعوزها رأس المال والخبرة الإدارية لكنها تؤدي فائدة كبيرة بتوزيع المصروفات السياحية على عدد كبير من الأشخاص وبالتالي تعزز الهدف الأساسي بالنمو المتوازن في المنطقة السياحية .في الأساس يجب أن تكون مثل هذه المنشآت سهلة الوصول وتقدم قيمة كافية لما يدفعه السائح Value for money. على المتوسط، ينفق السائح ٢٥% من الميزانية السياحية على التسوق.

د- البنية التحتية الأساسية Infrastructure

تتكون البنية التحتية لمنطقة ما من شبكة المياه ، شبكة المواصلات، الخدمات الصحية ،الاتصالات ،مصادر الطاقة ،الطرق ،الأمن والحماية وغيرها .

٣. النقل Transportation

تطور السياحة مرتبط بشكل مباشر مع تطور المواصلات في المنطقة . من المهم أن تكون جميع المناطق السياحية سهلة الوصول من خلال شبكة من الطرق البرية أو الممرات المائية ليتسنى للمسافر زيارة الأماكن السياحية المختلفة متوخين ١

في ذلك حصول المسافر على أكبر قدر ممكن من الراحة والسرور والبعد عن كل المتاعب والأخطار.

٤. الضيافة Hospitality

الضيافة هو الشعور بالترحيب الذي يتلقاه السائح عندما يرتاد أو يزور المنطقة السياحية وكذلك فهي مجموعة الذكريات لمن قابل خلال زيارته . بالإضافة لذلك فهي تشمل على التفاعل والتعامل مع السياح الآخرين وسكان المنطقة السياحية أو مع مستخدمي المطاعم ،الفنادق ،محلات التحف الشرقية ،...الخ .

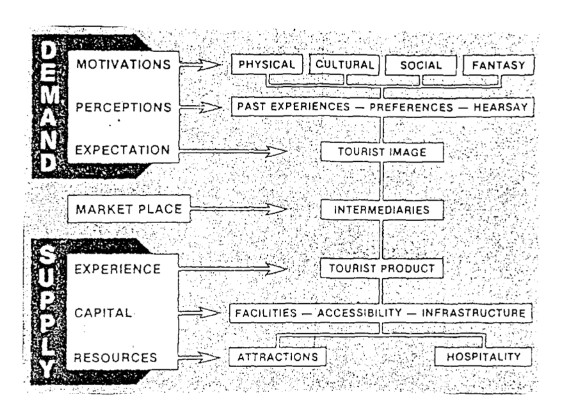
يحتاج هذا برامج ترويجية فعالة تقوم بها الجهات المعنية من كلا القطاعين العام والخاص لتوسيع مفاهيم وإدراك قاطني المنطقة السياحية وتوعيتهم بدورهم الفعال في مجال السياحة وكذلك دور السياحة الإيجابي وأهميتها الوطنية . وكذلك بجلب السياح وتزويدهم بالمعلومات الضرورية حول المنطقة السياحية.

عناصر السوق السياحي Components of the Tourism Market

كما هو مبين في الشكل رقم (١) يتكون السوق السياحي من مجموعتين من العناصر : عناصر الطلب السياحي demand ، وعناصر العرض السياحي supply. الطلب السياحي يتألف من الدوافع motivation ، الإدراك perception، والتوقعات expectations. العرض السياحي يتألف من الخبرة السياحية للبلد و الواقع السياحي فيها ، العوامل الرأسمالية ، والموارد المتاحة. يقوم الوسطاء السياحيون بعملية الموافقة ما بين العرض والطلب السياحي في محاولة لتحقيق الأهداف السياحية للبلد.

تشمل دوافع السوق السياحي عناصر مادية أو سيكولوجية Physical or Psychological مثل الاستجمام والمعالجة الصحية كأسباب أساسية للرحلة

الشكل رقم (١) عناصر السوق السياحي



السياحية ونوعية الطعام والشراب ووسائل الراحة التي عادة تمثل الأساس في تحديد تجربة السائح؛ حوافز حضارية cultural motivators وهذه ترتبط مع الرغبة بمعرفة الدول الأجنبية وعاداتها، حوافز اجتماعية Social motivators وتتضمن زيارة الأهل والأصدقاء، مقابلة شركاء العمل في المؤتمرات والعطاءات أو الشروع في نشاطات لها علاقة بالسمعة والمنزلة الاجتماعية، وحوافز فنتازية وهمية Fantasy وهذه تتشكل إما للخلاص من الروتين القاتل للحياة الحديثة أو تعزيز الذات الشخصية من خلال عطلات المغامرة وغيرها سواء كان حقيقي أو من نسج الخيال.

عملية تحويل مثل هذه الحوافز إلى رحلة سياحية يتطلب معلومات حول الظروف والفرص المتوفرة. معرفة الخيارات والبدائل المختلفة لقضاء الإجازة والمناطق السياحية المرغوبة مشروط بثلاثة عناصر: رغبات فردية Individual Preferences.

الإدراك perception يعتمد على شخصية السائح ، تجربة السائح خلال الرحـــلات السياحية السابقة للبلد المعني ، المعلومات المتناقلة بين السياح أو الدعاية الســياحية ، أو ما يعرف بالكلمة المنقولة word of mouth، وكذلك الرغبات المتباينة للســـوق السياحي . التوقعات expectations تتأثر بالمعلومات المتوفرة لدى السائح حـــول البلد المقصود والصورة الذهنية image ،والتي هي مجموعة من المعتقدات والأفكار والانطباعات التي يشكلها السائح حول المنطقة المقصودة.

عناصر العرض Supply Factors

جانب العرض السياحي يتضمن مناطق الجذب السياحي وتسهيلات الضيافـة في المنطقة السياحية. تعتمد السياحة بشكل واسع على جانب العرض والذي يشـــمل جمال الطبيعة ،التراث القومي ،المناخ ،الشـــواطىء والشـــلالات ،الحيـــاة النباتيـــة والحيوانية Flora & Fauna ، ...الخ.

هنالك ثلاثة جوانب أساسية جديرة بالذكر هنا :إن قاعدة الموارد الســـياحية عبارة عن تجميع من كلا الموارد الطبيعية والبشرية، والتي تشكل القاعدة الأساســية للصناعة ؛ إن الموارد الطبيعية عادة تتضمن عنصر موسمي ينتج عنه التباين فـــي النمط السياحي ؛ وان السياحة عادة ما توصف بأنها تهتم بأربعة عناصر وهي المياه والشواطئ Surf ،Sand الصحراء والرمال ،Sun المناخ ، Sex الحياة الجنســية، كعوامل جذب سياحي .

في كثير من الأحيان نجد أن الاستثمارات السياحية تتطلب مبالغ مالية طائلة خارج عن إمكانيات القطاع العام وأحيانا القطاع الخاص كذلـــك .والبنيـــة التحتيـــة الأساسية هي أساس التطوير السياحي وغالبا ما تكون مسئولية القطاع العام أكثر من القطاع الخاص وتشمل شبكات الطرق والصرف الصحي والمياه والكهرباء.

عادة ما يكون المبرر الأساسي للدعم من القطاع العام للسياحة هو المـــردود من تشغيل الأيدي العاملة ،والضرائب التي سيتم تحصيلها مستقبلا لخزينة الدولة من النشاطات السياحية.

في كثير من الأحيان ولدعم المصادر السياحية الرئيسية الطبيعية ،يتم إنشـاء خدمات مساندة لتكميل الصورة السياحية ولجذب أكبر عدد ممكن من السياح وزيـادة الدخل السياحي وبالتالي المضاعف السياحي.

الموارد والتسهيلات المختلفة للمنطقة السياحية تستمر في خلق مزيـج مـن النشاطات والوظائف التي بمجموعها تسمى بالسلعة السـياحية . بسـبب الطبيعـة المتداخلة للصناعة السياحية واعتمادها على الخدمات والمنافع العامة وكذلك علـى السمعة السياحية للمنطقة فإن القائمين على المناطق السياحية يحاولون دائما خلـق أو إيجاد سلعة أو مجموعة من السلع والخدمات للزائر لإشباع رغباته ،خلق صـورة إيجابية حول المنطقة السياحية وزيادة حجم السياحة المتكررة .

السوق Market place

كي تحقق الهدف الذي تأسست من أجله ، فإن أية صناعة يعتمـد نجاحـها على تسويق سلعها وخدماتها في السوق الهدف . بما أن السلع والخدمات السـياحية غير منقولة وكذلك بما أنه عادة ما يشكل السوق أو العملاء صورة عـن المنطقـة السياحية قبل زيارتها ،فإن هناك حاجة لتوظيف مجموعة من الوسـطاء السـياحيين لتسهيل مهمة كل من السوق السياحي والزائر ومطابقة الصورة السياحية المطلوبـة مع السلعة السياحية المتوفرة لتصبح التجربة السياحية ناجحة.

الفصل السادس

التأثير السياحي

TOURISM EFFECT

ﮪﮩﮬﮫ

ليس من الغريب أن يكون هنالك آثارا إيجابية وسلبية للسياحة .وعادة ما تكون مسئولية السلطات الحكومية والهيئات المختلفة في القطاع الخاص التي لها مصلحة مباشرة أو غير مباشرة لمضاعفة الآثار الإيجابية والتخفيف من الآثار السلبية.

السائح كذلك مسئول ،على الأقل بشكل جزئي ،عن الترويج السياحي وخلق السمعة الطيبة بالتعامل باحترام وخلق الصداقات في البلاد التي يزورها وكذلك المحافظة على وحماية المناطق السياحية والبيئة المجاورة وكذلك خلق والإبقاء على سمعة وانطباعات طيبة عن بلده وأهله.

التأثير الإيجابي Positive Effect

تساعد السياحة في خلق وتوسيع الفرص للقاءات الاجتماعية، توسيع مدارك الفهم وأبعادها عند المجتمع بتعاملهم مع السياح القادمين من مناطق مختلفة وعملية الأخذ والعطاء وتبادل الأفكار بين السائح وأبناء البلد ،تشجع على تحديد الهوية الوطنية والتكامل الوطني. كذلك تساعد السياحة على إحياء التراث الحضاري وتنشيط التبادل الثقافي ،تسريع عملية التعلم والمساعدة على النمو وتطور الفنون والحرف والمهن السياحية، تساعد على المحافظة على التوازن البيئي وخلق بيئة خالية من التلوث. أما على الصعيد الاقتصادي فتساعد السياحة ولها مساهمة كبيرة

في توليد وزيادة الدخل القومي ،توسيع فرص التشغيل، زيادة الدخل الضريبي، زيادة العائد من العملة الصعبة ،وتطوير الصناعة والمهن السياحية.

التأثير السلبي Negative Effect

على الصعيد الاجتماعي فإن للسياحة نتائج ذات خطورة عالية إذا لم تلق التخطيط والتنظيم والرقابة الفعالة لتكون متناسقة مع الأنماط الاجتماعية السائدة. تدفق السياح من المناطق الفنية إلى مناطق أخرى فقيرة غالبا ما يؤدي إلى مشاكل اجتماعية كبيرة مثل الخيانة والغش والاحتيال والعنف والجريمة والشعور بعقدة النقص وهذا بدوره يؤدي غالبا للفساد الاجتماعي . أما على الصعيد البيئي فإن التدفق الكبير للسياح من الممكن أن يكون له أثر سلبي على البيئة وخاصة إذا كانت المنطقة السياحية محدودة المساحة وينقصها التخطيط السليم. على الصعيد الاقتصادي فإننا نجد إمكانيات للتهريب ،وكصناعة متعددة الجوانب فإن السياحة تحتاج لأموال طائلة واستثمارات هائلة لتكون سهلة الوصول للسياح ولتنمية البنية التحتية الأساسية بطريقة تتناسب مع سياسات المنطقة السياحية.

الفصل السابع

تقسيم السوق السياحي

TOURISM MARKET SEGMENTATION

ꕥ

بشكل عام يقسم المسافرين إلى قسمين رئيسين: مسافرين بقصد التجارة ومسافرين يبحثون عن المتعة والراحة والسرور.

١. مسافرين بقصد التجارة Business Travelers

كذلك هذا القسم من المسافرين يمكن إعادة تقسيمه إلى مسافرين منتظمين بقصد التجارة ،رجال الأعمال الذين يحضرون اللقاءات والمؤتمرات الاقتصادية والمعارض التجارية وكذلك المستفيدين من سياحة الحوافز. مع ازدياد وازدهار وتوسع آفاق التجارة العالمية ازدادت فرص التجارة وكذلك السفر بقصد التجارة حيث أصبحت النساء يشكلن حوالي ١٥-٢٥% من حجم السوق. في هذا السياق تحتاج النساء لاهتمام خاص ودراسة لرغباتهن السياحية وغالبا ما يكن غير متزوجات ، يقمن لمدة أطول ، أصغر عمرا من الرجال يقمن في وسط المدينة قريبا من مكان العمل المقصود وتكون حجوزاتهن عن طريق وكلاء السياحة والسفر.حوالي ٢٠% من الرحلات التجارية هي بهدف حضور مؤتمرات أو اجتماعات *(Mill, p.48)*.

الكثير من الشركات تقدم حوافز لموظفيها من خلال رحلات تشجيعية تنظمها المؤسسة أو الشركة لمكافئة الأكفاء من موظفيها وتشجيعهم على المزيد من العطاء وهذا النوع من الساحة في ازدياد مضطرد في هذه الأيام.

هنالك نوع hybrid مزيج من السياحة، حيث يقوم المسافر بالجمع بين التجارة والسرور والمتعة. من الممكن أن يحفز الشخص زوجته أو أطفاله أو من الممكن أن يعود بعد ذلك معهم لزيارة نفس المكان أو البلد الذي زاره للتجارة. ثلث الذين يسافرون بقصد التجارة يعودون لزيارة المنطقة التي تم زيارتها .

٢. مسافرون بقصد المتعة والسرور Leisure Travelers

هذه المجموعة من السياح تخدم شؤون السائحين بهدف قضاء الفراغ والمتعة والسرور بقضاء أوقاتهم كما يرغبون .

هنالك مجموعة تقوم بزيارة الأهل والأصدقاء والأقارب حيث تكون مثل هذه الرحلات على الغالب غير مخطط لها والإقامة لفترة وجيزة وتكون الأولوية لزيارة البلاد المجاورة close -to- home ويندر فيها استخدام وسائل الإعلام أو خدمات وكلاء السياحة والسفر للحصول على المعلومات.

الإجازات السياحية Touring Vacations عادة ليس لها هدف منفرد، يتم التخطيط لها قبل شهرين من موعد الرحلة ، هذا النوع يهتم بزيارة المناطق المشهورة ويهتم بالمناظر الطبيعية الخلابة ويبتعدون عن المناطق التي لا تحوي الكثير للمشاهدة والتجربة .عادة هذا النوع يهتم بوسائل الإعلام ووكلاء السياحة والسفر للحصول على المعلومات المرغوبة. النزهات الخارجية أصحابها يميلون للتخطيط لرحلاتهم أقل من شهر مسبقا ويعتمدون على إرشادات ونصائح الأصدقاء عن الأماكن المنوي زيارتها. يهتمون بالمناظر الطبيعية والكثير للمشاهدة والتجربة. يرغبون بمغامرات حقيقية ولكن ليست وحشية كثيرا ولا يحبذون السفر لمناطق بعيدة والكثير يهتم بالصيد والقنص . سياح المنتجعات يرغبون بزيارة مكان مشهور في منطقة تحوي الكثير من المناظر الطبيعية للمشاهدة والتجربة، يستخدمون وكلاء

السياحة والسفر لغايات الحجز والمعلومات وكذلك يهتمون بالتخطيط لرحلاتهم ستة إلى ثمانية أشهر مقدما ، يهتمون بالاسترخاء والابتعاد عن الملل والتسلية المقيدة.

الرحلات للمدن الرئيسية city trips تكون في الغالب مقيدة وسريعة القرار. المهم أن تكون المدينة مشهورة ذات فنادق درجة أولى ومطاعم أنيقة. يجب أن تكون المدينة غير مملة وتحوي مناطق تذكارية وتراثية مشهورة. لا يهتمون كثيرا بالنوادي الليلية والحانات ويهتمون بمناطق جذب شهيرة داخل المدينة والكثير للمشاهدة والتمتع لكافة الفئات العمرية .الترحال طلبا للمتعة يرغب فيه المسافرين بالتمتع بالمناظر الخلابة شيء جديد ومختلف للمشاهدة والتجربة، يرغبون بمغامرات حقيقية ولا يرغبون برحلة مملة ويحبذون الحصول على جميع وسائل الراحة والمتعة. يهتمون بالحصول على المعلومات من وكلاء السياحة والسفر أكثر من الأصدقاء.



الدليل السياحي الناجح

SUCCESFUL TOURIST GUIDE

الفصل الأول	مدخل إلى الإرشاد السياحي
الفصل الثاني	أصول الإرشاد
الفصل الثالث	أهداف الإرشاد
الفصل الرابع	تعاريف ومفاهيم
الفصل الخامس	أنواع المرشدين
الفصل السادس	دور الدليل السياحي
الفصل السابع	مهام الدليل السياحي
الفصل الثامن	الدليل المثالي
الفصل التاسع	الخطايا السبع المتعلقة بالخدمة
الفصل العاشر	المرشد السياحي وزملائه في صناعة الرحلات
الفصل الحادي عشر	العرض والتقديم
الفصل الثاني عشر	عناصر الإرشاد الجيد
الفصل الثالث عشر	العمل مع الجماهير المختلفة
الفصل الرابع عشر	الشخصية ومهارات الاتصال
الفصل الخامس عشر	الأساليب المختلفة للإرشاد
الفصل السادس عشر	إدارة الرحلات السياحية
الفصل السابع عشر	إجراءات الأمن والطوارئ
الفصل الثامن عشر	تدريب الدليل السياحي
الفصل التاسع عشر	دخل الدليل السياحي
الفصل العشرون	الدلالة السياحية في الأردن

الفصل الأول

مدخل إلى الإرشاد السياحي

GUIDING; AN INTRODUCTION

ꕥꕥꕥꕥ

لكي تكون مرشدا سياحيا عليك أن تعيش أحلام الكثيرين . الإرشاد السياحي معروف في الولايات المتحدة بأنه وظيفة ترفيهية للسيدات، ففكرة وجود وظيفة بأجر لقضاء إجازة مع مجموعات مختلفة من البشر في جميع أنحاء العالم فكرة جذابة لها بريق خاص عند السيدات، ولا زالت طبيعة عمل المرشد غير مفهومة إلى حد كبير حتى الآن، حيث لا يزال الكثيرون لا يدركون بالضبط ماهية مهنة الإرشاد السياحي وطبيعة عمل المرشد.

لا يشمل الإرشاد السفر لمسافات طويلة وهذا ما يفرق عمل المرشد السياحي عن عمل مشرف أو مدير الرحلة حيث يعرف المرشد السياحي بأنه الشخص الذي يقوم بالإرشاد والشرح في مكان أو منطقة أو مدينة ما ولذلك فان الدليل السياحي لا يقوم غالبا بالسفر أو الترحال بعكس مدير الرحلة Tour Manager الذي 'يعرف في صناعة السياحة والسفر بأنه الشخص الذي يسافر مع مجموعة من الناس لمسافات طويلة. وتوجد بعض الإستثناءات في التفرقة السابقة بين كل من المرشد ومدير الرحلة وخاصة في الولايات المتحدة وكندا. فنتيجة لأتساع مساحة تلك البلاد، يضطر المرشد للسفر والترحال لمسافات طويلة مقارنة بزملائه من البلاد الأخرى.

ويطلق في بعض الأحيان على المرشدين أيتام صناعة السياحة والسفر. على عكس الكثيرين ممن يعملون بنفس المهنة مثل وكالات السفر، مصممو الرحلات، موظفو شركات الطيران، فالمرشد السياحي غالبا ما يعمل لحسابه الخاص

وقد يعمل من منزله وقد يعمل الكثير من المرشدين لحساب عدة شركات ومؤسسات في نفس الوقت Part timer. فالتسمية في مهنة الإرشاد هي صفة مميزة وغالبة على تلك المهنة وتضع محددات لكمية العمل وبالتالي حجم الدخل الذي يحصل عليه المرشد من عمله، وقليل من المرشدين فقط هم الذين يعتمدون كلية على مهنتهم في الكسب المادي والمعيشة، وبالتالي فإن غالبية المرشدين لا يستطيعون تحمل النفقات الخاصة بالعمل الحر لحساب أنفسهم.

فغالبا ما يترك المرشدين عملهم بالإرشاد ويلجئون للعمل في مجالات أخرى من العمل الحر مثل الكتابة، الإرشادات أو التدريس.

فالطبيعة الغامضة أو المحيرة للعمل الحر غير المقيد بوظيفة ثابتة للمرشد السياحي كانت سببا أساسيا في تأسيس American Professional(PGAA) Guides Association مؤسسة المرشدين المحترفين بأمريكا، و كان من أهم العوائق التي صادفت تلك المؤسسة هو الوصول إلى المرشدين للتحاور معهم.

إنه من الغريب أن المرشدين ،وهم من أهم حلقات الرحلة السياحية، عادة ما تقوم وكالات ومصممو برامج السياحة والسفر بالاتفاق معهم ولكنهم يفشلون في كثير من الأحيان في الوصول إليهم، ومع ذلك فعندما تقابل أحدهم يشكو دائما من قلة العمل وعدم القدرة على تغطية نفقات المعيشة، ولقد وجد العاملون بمهنة الإرشاد السياحي أن وجود رابطة أو نقابة تمثلهم أصبح أمر ضروري وحتمي لهم ولكن تبقى دائما مشكلة الوصول إلى هؤلاء الأحرار في وظيفتهم أمر صعب للغاية.

الفصل الثاني

أصول الإرشاد

History of Guiding

൴൮൬൳

إن الإرشاد له جذور سامية وكما لوحظ سابقا أن فكرة وممارسة الإرشاد قد تم ترسيخها في مهام هيئة المتنزهات القومية بالولايات المتحدة وقد أعتقد مبتكروها بوجود أماكن معينة تتميز بالروعة لكي تجبر هذا الجيل بالمحافظة عليها وذلك لمتعة الأجيال اللاحقة. أن هدف الإرشاد لا يقتصر فقط على عرض المعلومات ولكنه أيضا يتطلب نقل أو توصيل الإحساس بروعة المكان، والتنويه عن تراثه والتأثير الفعال على الزائرين وأخيرا إقناعهم بضرورة المحافظة على أراضي المتنزهات. وقد أصبحت العبارة المقتبسة لهذا الفصل هي الشعار غير الرسمي للإرشاد: " من خلال الشرح يأتي الفهم ومن خلال الفهم يأتي التقدير، ومن خلال التقدير تأتي الحماية والأمان ".

إن كلمة إرشاد قد ظهرت تدريجيا لتحل محل مصطلح تعليم وذلك لتجنب غمر السائح بكم كبير من المعلومات التي يمكن أن تكون صحيحة ولكنها قد تصيبه بالملل، ولكن الإرشاد أيضا يبدو أنه مصطلح أفضل للتعبير عن الوظيفة التي تتعامل مع موضوعات غير معروفة لكثير من الناس – الجيولوجيا (علم طبقات الأرض)، الأحياء (علم النبات)، ...هو على الأرجح أقرب ما يكون لتعليم لغة جديدة وترجمة هذه اللغة التي تقترح مصطلح: الإرشاد.

يعتبر الكثيرون أن مجال الإرشاد قد بدأ بداية رسمية - عام ١٩٥٧ وذلك بإصدار Freeman Tilden كتاب لتفسير التراث والذي أعتبر على نطاق واسع عمل فلسفي نموذجي عن موضوع الإرشاد، وقد عرف تيلدن الإرشاد بأنه "نشاط تعليمي يهدف إلى اكتشاف المعاني والصلات بين الأشياء عن طريق الخبرة المباشرة ووسائل الأعلام الموضحة".

وتشتمل تلك الأشياء التي أشار تيلدن إليها أي مصادر ومواد أولية يمكن أن يقابلها الزائر: فمثلا يمكن أن تكون قطع فنية إذا اختص الأمر بمرشد المتحف، أو القرون المتناثرة للأيائل (حيوان من ذوات الظلف) فيما يخص حارس الحديقة العامة، أو الآثار والزخرفة المعمارية لمرشد المدينة. وبغض النظر عن نمطها، فقد أقترح Tilden أن التفسير الفعال مبني على ستة قواعد:

١- عدم جدوى أي تفسير لا يربط ذهنيا بين المعروض أو المشروح وبين الشخصية أو خبرة الزائر.

٢- إن المعلومات في حد ذاتها لا تعتبر إرشاد، الإرشاد هو وحي (إلهام) مبنى على المعلومات. وكلا من هذين التعبيرين يختلف كلية عن الآخر ومع ذلك فان الإرشاد في مجموعة يشتمل على المعلومات.

٣- الإرشاد هو فن يخلط بين العديد من الفنون، سواء كانت المواد المقدمة علمية أو تاريخية أو معمارية. وعلى أي حال فهو كل ما يمكن تعليمه عند درجة معينة.

٤- إن الهدف الرئيسي للإرشاد ليس هو التعليم ولكنه يكمن في كلمة الإثارة.

٥- ينبغي أن يهدف الإرشاد إلى تقديم الكل وليس الجزء، وحتمية الاعتناء بالفرد في كل مرحلة من مراحل عمره وليس في مرحلة معينة.

٦- يجب على الإرشاد الموجه للأطفال (إلى سن ١٢) أن يكون على نحو أقل مما يقدم للناضجين ولكن ينبغي أن يتبع طريقة أخرى جوهريا تساعد هؤلاء

الأطفال على الفهم وإدراك الموضوع ولكي تكون هذه الطريقة فعالة فان ذلك سوف يتطلب برنامج منفصل.

هناك اختلاف ملحوظ بين المرشد المصاحب والمرشد المقيم ألا وهو أن المرشد المقيم في The Park Service يختلف عن المرشد المصاحب في القطاع الخاص حيث يقوم بتحقيق الأهداف التالية:

١- مساعدة الزائرين لاكتساب وعي وتقدير ومعرفة أكثر بالمنطقة التي يتم زيارتها.

٢- تحقيق أهداف الإدارة بتشجيع الاستعمال الجيد والسلوك الحضاري الذي يقلل من إلحاق الضرر بالموارد الموجودة.

٣- تعزيز الفهم العام لأهداف الوكالة. إن هذه الأهداف في جوهرها شرح لأدوار المرشدين كمستخدمين في الهيئة فهم مكلفون بتنفيذ مهمة الوكالة.

توجد مهام يجب أن يقوم بها القائد / المدير ومجال قيادة المرشد يتضمن:

١- العنصر المساعد والمهام التي تشتمل عليه: الاتجاه في المسار الصحيح، الحصول على إذن خاص للسماح بالدخول، الرعاية، إحكام السيطرة الدائمة.

٢- العنصر الاجتماعي وهو يشتمل على الإدارة الحذرة، دمج أفراد المجموعة، مواصلة روح الدعابة الطيبة والاحتفاظ بالسلوكيات الحميدة، وتسلية أعضاء المجموعة.

هذا بالإضافة إلى أن المرشد كقائد يجب أن يكون لديه العديد من القدرات أو المهارات المتوافرة في القائد والمدير في مجال العمل مثل العزيمة ليأخذ على عاتقه المسئولية والقدرة على التنظيم واتخاذ قرارات حكيمة ،والقوة اللازمة للتعامل بهدوء وروية مع الطوارئ والحوادث المؤسفة. وأخيرا المهارة اللازمة لإنجاز العديد من المهام الإدارية في وقت واحد.

إن السفر هو معلم قوي وقليل من الأنشطة تشجع تبادل المعلومـــات مثلمـا يشجعها السفر على نحو سهل وممتع .في أفضل الظروف يتعامل المســافرون مـع سكان المدينة المحليين:

- يأكلون ويشاهدون ويعيشون مثلما يفعلون أي أنهم يصبحون جــزء مــن نسـيج المكان فلا توجد فصول تعليمية يمكنها مضاهاة التفاعل المباشر مــع الأمــاكن والثقافات.
- إن المسافر الأكثر كسلا وبلادة يتعلم في حد ذاته هو طالب، ويعرف أن السـفر هو قاعة للدراسة وأن المسافرين هم طلاب، فيكون المرشد هو معلم. آن معظـم المرشدين يتولد لديهم كبرياء أو فخر من نوع خاص مــن خــلال هــذا الــدور ويدركون أن مكافئتهم الفعلية لا تقدر بثمن.
- أن هناك بعض المرشدين تبنوا دور المعلم أكثر مما ينبغي إلى الحد الذي أصبحوا فيه متعمقين ذاتيا. أن المرشد أو الدليل السياحي غالبا ما يشــغل نفســه كثـيرا بإغراق السياح بالمعلومات وينسى أن الناس يسافروا لعدة أسباب أخرى.

الفصل الثالث

أهداف الإرشاد

Guiding Objectives

ଔଓଔଓ

" يتحقق الفهم من خلال الشرح، ويتحقق التقدير من خلال الفهم وتتحقق الحماية من خلال التقدير ". هذا هو **الشعار غير المعلن للإرشاد**

ومن هنا تكمن أهمية الإرشاد وضرورة اتباع أحدث تقنيات الشرح لتحقيق حماية الموارد السياحية.

تقدم وكالة خدمة المتنزهات القومية National Park Service في الولايات المتحدة عدد من الأهداف تمثل نماذج للإرشاد يمكن تطبيقها في العديد من المناطق حيث تعمل تلك الأهداف على تنشيط البيئة النظيفة، وبذلك تكتسب عملية الإرشاد في ظل سياحة التراث الثقافي أهمية أبعد من مجرد وصف المناطق أو الأماكن وتتمثل في :

١- مساعدة الزائرين على تنمية وعيهم بمنطقة الزيارة، وتقديرهم لها وإدراكهم لطبيعتها.

٢- تحقيق أهداف الإدارة عن طريق تشجيع الاستغلال الجيد للموارد، واتباع السلوك الرشيد في التعامل معها، وبذلك تقل حدة التأثيرات السلبية على تلك الموارد.

٣- تحقيق إدراك المواطنين لأهداف وكالة خدمة المتنزهات القومية National Park Service

الفصل الرابع

تعاريف ومفاهيم

Definitions & concepts

تختلف التعاريف الخاصة بالمرشد من مكان إلى آخر ودائما ما يحدث خلط في التعاريف الخاصة بالإرشاد والمرشدين بين العاملين في صناعة السياحة والسفر حيث توجد بعض المصطلحات المعروفة ولكنها مستخدمة من قبل مجموعة صغيرة من العاملين من صناعة السياحة والسفر.

المرشد السياحي TOUR GUIDE

وتطلق هذه الكلمة على الشخص الذي يقوم بالرحلة أو الشخص ذو القدرة والعلم بمنطقة معينة والذي عليه إخبار الناس بكل ما يعلم عن هذه المنطقة أو المكان، ويستخدم هذا المصطلح خارج صناعة الإرشاد في وصف الأشخاص الخبراء الذين يقومون بإرشاد الناس ويشمل ذلك مدير الرحلة، المعلم، والمترجم.

ومن الصعب في تعريف المرشد السياحي تحديد وظيفة ثابتة أو محددة يقوم بها ،فالمرشد يقوم بكثير من الأعمال في كل الأماكن التي يتواجد بها أو التي يقوم الزائرون بزيارتها ، فهم يقومون بالعمل لحسابهم الخاص وذلك من خلال تصميم رحلاتهم وتسويقها بمعرفتهم.

البعض الآخر من المرشدين السياحيين يكلفون من قبل شركة سياحية للقيام ببرامج مجهزة ومعدة سلفا، بينما البعض قد يكون ممثل لهيئة أو مؤسسة أو حكومة.

ويختلف المرشدين فيما بينهم تبعا للخبرة والدرجة فهناك المرشد والخبير في قطعة فنية معينة وهناك الخبير في غرفة أو مكان أو منطقة ما، وكذلك هناك الخبير لمنطقة تضم عددا من الأماكن الأثرية.

والمرشد السياحي كما هو متعارف عليه هو معلم ويختلف عمله عن مدير الرحلة الذي تحتم عليه طبيعة عمله أن يكون ذو صبغة إدارية وفي كثير من الأحيان يقوم المرشد السياحي باللحاق فقط في المكان الذي سوف يقوم بالشرح فيه وبالتالي لا يصاحب المجموعة أكثر من بضعة ساعات فقط . ولكن في بعض المناطق يمكن للمرشد أن يمكث مع المجموعة لعدة أيام وفي هذه الحالة يقوم المرشد عادة بدوره كمرشد سياحي وكمدير للرحلة في آن واحد.

الفصل الخامس

انواع المرشدين

Types of Guides

ↂↂↂↂ

١- المرشد المحلي (من ذات المدينة) Urban/City Guide

في جميع البلاد والدول على مستوى العالم يوجد دائما مواطنين من أهل المنطقة ممن يجدون سعادة كبيرة في سرد حكاية أو قصة مدينتهم أو المنطقة التي يعيشون فيها، مع أن معظم الشركات ووكلاء السفر يلجئون في معظم الأحيان إلى توظيف مرشديهم بطريقة ثابتة إلا انهم قد يلجئون إلى التعامل مع المرشدين من أهل المنطقة الذين يتمتعون بحرية أكثر في العمل ولا يوظفون من قبل وكالات السياحة والسفر بل يعملون على أساس رحلة.

وتختلف مؤهلات ونوعية الوظيفة وبالتالي ظروف العمل التي تحكم عمل المرشد السياحي من مدينة إلى أخرى أو من بلد إلى آخر.

في بعض البلاد تنظم المؤسسات المتخصصة دورات تدريبية يجب على المرشد الدارس أن يجتازها بنجاح ليتمكن من ممارسة مهنة الإرشاد. أصبحت هذه البرامج أمر مفضل ومرغوب سواء من قبل المرشدين أو من قبل الشركات المتعاملة معهم.

٢- المرشد الذي يعمل لدى الحكومة Government Guide

تستعين الحكومات بالمرشدين لشرح عناصر الجذب التاريخية أو الثقافية أو السياسية للزوار والضيوف الرسميين للدولة.

وعلى المستوى المحلي توجد أحداث أو مناسبات هامة تتطلب ضرورة القيام بجولات إرشادية من قبل الحكومة.

ففي مبنى البرلمان في اوتاوا، وفي واشنطن في مقر الرئاسة الأمريكية، في المحكمة العليا وفي مكتبة الكونجرس الأمريكية وأيضا في وزارة الخارجية الأمريكية يقوم المرشدون بمصاحبة الزوار وتقديم الشرح اللازم عن تلك الأماكن.

٣- السائق المرشد Driving Guide

وهو المرشد السياحي الذي يقوم بالإرشاد السياحي أثناء القيادة سواء كانت من خلال حافلة سياحية أو سيارات صغيرة. ومع أن هذا الدور المزدوج للمرشد متعارف عليه على مستوى العالم إلا أن المعارضون لهذا الدور المزدوج للمرشد يشيرون إلى أن قيادة سيارة مع ركاب تعد في حد ذاتها مسئولية كبيرة من قبل السائق ولذلك من الصعب على المرشد أن يجمع بين القيادة والإرشاد في نفس الوقت. ويضيف المعارضون أيضا أن دور كل من المرشد والسائق يعتبر في غاية الأهمية ولكن قيام أحدهم بالدورين معا يعد إهانة للطرفين وينقص من شأنهم. وعلى النقيض فكثير من السائقين المرشدين والمسئولين عنهم ينظرون للأمر بصورة مختلفة فهم يزعمون أن الأمر لا يتعلق بسلامة الركاب والشرح وإنما يتطلب فقط سائق ماهر وذلك يمثل حل وسط لتلك المشكلة، فالكثير من الحافلات السياحية الآن مجهزة بميكروفونات معلقة تمكن السائق من القيادة والتحدث في نفس الوقت وأيضا مما يسهل الأمر على المرشدين الموجودين بالمباني الشهيرة بالمدينة وبالتالي يحصل الزائرون على الإرشاد والشرح تماما مثل المجموعات التي يصحبها مرشد

خاص. وتعلل الشركات التي تستعين بالسائق المرشد أنه بحكم الممارسة والخبرة والكفاءة يصبح ماهر في شرح المنطقة.في الأردن لا يسمح بممارسة الإرشاد وقيادة السيارة معا.

٤- مرشد العمل أو الصناعة Business or Industry Guide

كثير من المؤسسات سواء كانت صغيرة أو كبيرة تقوم بتوظيف مرشدين خاصين لها للقيام بجولات إرشادية ومرافقة الزوار للتعريف بالمؤسسة وفروعها والتسويق لمنتجاتها أو خدماتها.

وهؤلاء المرشدين يتم تدريبهم من قبل الهيئة التي يعملون بها .والمرشد في هذه الحالة يجب أن تكون لديه القدرة على التحدث في كثير من الموضوعات المتخصصة مع نوعيات الزوار المختلفة من زملاء المهنة في نفس الصناعة أو الزائرين الذي ليست لديهم أي فكرة عن المؤسسة أو الصناعة وبعض هؤلاء المرشدين متحدثون بصفة رسمية عن الشركة ويقوموا بالشرح والتأكيد على سياسات الشركة ولذلك يتم تدريبهم على كيفية عرض منتجات الشركة وأساليب البيع المستخدمة فيها.وهذه الممارسة يتم استخدامها على نطاق واسع في بعض السلاسل الفندقية للتعريف في الفندق ومرافقه وتميزه عن غيره كنوع من الدلالة والعلاقات العامة.

٥- المرشد المغامر Adventure Guide

نتيجة لزيادة واتساع سياحة المغامرات فالأمر يتطلب عدد أكبر من المرشدين في هذا المجال مثل مرشد الجبال، مرشد الصيد، مرشد الدراجات. والعمل كمرشد مغامر يتطلب الإخلاص التام لهذه النوعية من مهن المغامرة أو الرياضة.

٦- مديرو الرحلات Tour Leaders

يطلق Arthur Frommer على تلك الوظيفة (وظيفة الأحلام) ويقول "تخيل أنك تسافر دون أن تتكلف شيئا وأكثر من ذلك تتقاضى أجرا أيضا عن هذا السفر"، ولذلك فكثير من مديرو الرحلات لا يمكنهم الاستغناء عن وظيفتهم والقيام بأي وظيفة أخرى مهما كانت الأسباب .ويعرف مدير الرحلة بأنه الشخص الذي يدير الرحلة ويمثل بطبيعة الحال وكيل السفر أو منظم الرحلات ويكون مسئولا عن سلامة وانتظام الرحلة للمجموعة المصاحبة له وضمان حصول المسافرين على الخدمات الملائمة لهم وأن خط سير الرحلة المصمم من قبل الشركة متبع كما هو دون تغيير وكل أفراد المجموعة قد حصلوا على حجرات مناسبة لهم في الفنادق. وتختلف كمية الشرح والمعلومات التي يقدمها مدير الرحلة لأفراد المجموعة تبعا لدور كل من المرشد ومدير الرحلة، فالمرشد السياحي عندما ينضم إلى المجموعة في المدينة أو المزار يكون دور مدير الرحلة في الشرح فقط التعليق بشكل بسيط ومحدود في هذه الحالة .أصبح الآن الكثير من مديرو الرحلات على علم كاف بالمناطق ولديهم معلومات وخبرة تؤهلهم للقيام بالعمل كمدير رحلة ومرشد في آن واحد. وفي النهاية يتداخل دور ومهام كل من المرشد ومدير الرحلة إلى حد كبير.

٧-المترجمين Interpreters

مع أن كلمة مترجم لها أكثر من معنى أو مدلول فقد يقصد بها الشخص الذي يترجم اللغات الأجنبية أو الشخص الذي يتفاهم مع الآخرين بلغة الإشارة لكن المترجم في صناعة السفر والسياحة هو الشخص الذي يجيد فن الشرح.

من أهم خصائص المترجم:

١- الإقامة في مكان معين والقدرة على تقديم المعلومات والخبرات الخاصة بذلك المكان وكذلك شرح وتعريف هذا المكان ولو تطلب الأمر الانتقال إلى المجتمعات المجاورة لتقديم برامج إرشادية.

٢- تقديم الخدمات للزائرين بشكل تطوعي.

٨-المترجمين المرافقين في الدوائر الحكومية

Department or State Escort Interpreters

بجانب المرشدين الذي يقومون باصطحاب السياسيين والتجول معهم داخل الطرقات والغرف في وزارة الخارجية فإن الوزارة تقوم أيضا بتوظيف عدد من المترجمين أو المرشدين لمصاحبة الزوار المدعوين رسميا من قبل الحكومة. وهؤلاء الأشخاص عادة يكونون على مستوى عال لغويا لاصطحاب الزوار في البلد لمدة قد تصل إلى شهر وذلك للقيام بالترجمة لهم.

ودور المترجم المصاحب في هذه الحالة أقرب ما يكون اقرب إلى دور مدير الرحلة بحيث يكون مسئولا عن تلقي الزوار لنفس الخدمات التي تم تحديدها لهم من قبل.

ويتطلب هذا النوع من المرشدين أن يكونوا على دراية تامة باللغات الأجنبية والتمتع بصحة جيدة ومستوى عال من التعليم والمعلومات الثقافية الواسعة.

٩-المرشد المتطوع Docent

معظم المرشدين من هذه الفئة يتمتعون بكفاءة ومهارة عالية ويطلق عليهم في بعض الأحيان معلمين غير موظفين رسميا ويوجد عدد كبير من المرشدين المتطوعين في الولايات المتحدة بالمتاحف والكنائس والمنازل التاريخية.

وقد يعتقد البعض أن المرشد المتطوع في المناطق والمباني هو أمر سهل وبسيط ولكن على العكس من ذلك فالكثير من تلك المناطق تقوم بإجراء اختبارات على مستوى عالي لهؤلاء وتعقد دورات تدريبية لفترات طويلة ويكلف ذلك الوقت

والمال. فالتعليم الفني لمرشد متطوع في معارض للفنون أو المتاحف المتخصصة يتجاوز أي تعليم آخر يتم من خلال الجامعات، وبعض المتاحف تعتبر هذه النوعية من المرشدين عملية لا بد أن تتم بصفة مستمرة وبالتالي يتم وضع برامج تدريبية لهم طوال العام.

الفصل السادس

دور الدليل السياحي

Role of Tourist Guide

೧೫೫೧

إن المرشد السياحي هو أحد الأسباب الرئيسية لنجاح الجولة السياحية أو فشلها، هذه هي أحد الأقوال الشائعة في صناعة السفر والسياحة. وغالبا ما تخطط جولة سياحية في وقت مناسب من العام مع تخصيص موازنة معقولة تسمح لك بالإقامة في فنادق فاخرة وتناول الوجبات في مطاعم راقية، ولكن كل ذلك يعتبر لا شيء إذا لم يتوافر مرشدون أكفاء. ويقول مصمم برامج سياحية آخر لا يوجد عامل آخر يحتل هذه الأهمية. هناك اختلافات قليلة حول أهمية المرشدين الأكفاء في التأثير على مدى نجاح الجولة السياحية، ولكن من هو المرشد الكفء؟ وما هي أهمية ما يقدمه المرشد؟

إن دور المرشد يتنوع طبقا لمكان الزيارة، الزائر، الغرض من الزيارة، والمرشد نفسه. وأحد السمات المميزة للمرشد المحترف هي القدرة على تنفيذ قدر كبير من الواجبات والوظائف معا في وقت واحد.

عن دور الإرشاد يشتمل على عدد من الأدوار الفرعية المتضاربة في بعض الأحيان ، من بينها أن المرشدين يؤكدون على أن مهمة نشر المعلومات هي من أجل تطوير وضعهم المهني.

إن تطوير مهنة الإرشاد تعتبر مرحلة انتقالية من المرشد العادي إلى المرشد المحترف وان المرشد الحديث هو: المستكشف الرائد والناصح الموجه (المعلم الخاص). أما المستكشف فهو مرشد جغرافي في المقام الأول، هو الذي يقود الطريق وعادة ما يكون لديه فهم راسخ بالفطرة للمكان بدون تدريب خاص مسبق، ومن الأمثلة لدور المستكشفين مرشدو الجبال، مرشدو السفاري safari، ومرشدو الصيد.

وأما الناصح فهو أكثر تعقيدا ودوره متغير الخواص والعناصر، كناصح روحي في الحج أو موجه خاص في السفر. هذا المرشد الناصح الموجه يماثل الدليل السياحي في الجولة السياحية الكبيرة. إن دور المرشد السياحي الحالي يخطط ويستوعب عناصر كلا من المستكشف والناصح (الموجه).

على أية حال فإنه ليس بالضروري أن يتحد الاثنان بانسجام بل وأنه قد توجد معارضة بين هذين العنصرين الرئيسين، فيما يختص بالدور الحديث للمرشد المستكشف يجسد دور القائد ودور الوسيط في مهمة المرشد فللمرشد صورة داخلية وخارجية موجهة، ويمكن استنتاج واختيار أربع مكونات رئيسية للدور: المكونات المساعدة، المكونات الاجتماعية، المكونات المتفاعلة، ومكونات الاتصال ويطلق على الصورة الخارجية الموجهة لمجال القيادة المكون المساعد وتشمل على:

١- الاتجاه أو السير، عربة، أو سائق.

٢- إذن الدخول. بمعنى القدرة على الحصول على أذن خاص لدخول الأماكن.

٣- السيطرة على تنظيم الجماعة ومعرفة خط سير الرحلة مع توفير الأمان والرحلة. والمكون الاجتماعي يتعلق بمهمة الحفاظ على تماسك المجموعة وترابطها وأيضا العمل على أن تكون معنوياتهم مرتفعة دائما.ويتطلب هذا المكون أربعة عناصر هي:

١- الإدارة الجيدة للجماعة.

٢- الاندماج أو الحث على الاختلاط.

٣- روح الدعابة والأخلاقيات الحميدة.

٤- النشاط، حث أعضاء الجماعة على المشاركة في الأنشطة المختلفة المتاحة في الجولة السياحية.

إن الدور الوسيط يماثل دور المعلم، الناصح، أو المعلم الروحي (في الهندوسية) ويطلق على الصورة الخارجية الموجهة لهذا المجال المكون المتفاعل وهي تتكون من عنصريين رئيسيين:

١- التمثيل والذي يكون فيه المرشد هو الوسيط بين المنطقة أو المكان وبين السائح ويقوم بتقديم أو شرح المكان للجماعة المشاركة وأيضا بتقديم الجماعة للمكان.

٢- التنظيم أي حاجة المرشد للعمل في ضوء تسهيلات أو أشخاص محليين لإمداده بالخدمات.

إن المكون الاتصالي أصبح نواة الدور المهني المحترف وغالبا ما يعتبر الصورة الأساسية لدور المرشد، والمكون الذي له الأهمية العظمى في التدريب الأساسي أو المنهجي للمرشدين. وهذا يتكون من أربعة عناصر:

١- الاختيار ،أي العملية التي يختار بها المرشد ما سوف يشاهده أو يسمعه السائح.

٢- بث المعلومات.

٣- التفسير (الشرح) وهو ما يوصف بأنه جوهر الدور الخاص بالوسيط الثقافي وهو الذي يقوم بترجمة الثقافة الأجنبية الغربية إلى شيء مفهوم للسائحين.

٤- الاختلاق (الابتداع) أو خداع المرشدين للسائحين كتقديم تحف زائفة على أنها أصلية وقيادة السائحين إلى محلات معينة على أنها ضمن برنامج الزيارة.

خدمة احتياجات المسافرين Serving Tourist Needs

توجد إلى حد ما فجوة بين احتياجات وتوقعات جمهور المسافرين المتزايد من ناحية والدور المعروف للمرشدين من ناحية أخرى بالإضافة إلى أن أكثر ما كتب في هذا الموضوع شيوعا في كثير من الأحيان أن المرشدين يكونون غير ملمين بهذه الاحتياجات أو التوقعات فيكونوا أقل اهتماما بمعرفة ما يريده المسافرين. إن المرشد مثل كل العاملين في مجال صناعة السفر، ويجب أن يكون أكثر وعيا ويقظة بالأهداف واحتياجات المسافرين وتنظيم خدماتهم وفقا لذلك، وهذا يمكن تحقيقه من خلال الخبرة ، وصقل المعرفة والدراسة والقدرة على الانسجام مع السائحين وان التباين بين رغبات المسافرين وما يجدونه في الواقع يمثل اكتشاف يمكن أن يضاف إلى المرشد .

والإرشاد كما هو معروف مهنة موسمية ولكنها تقدم أجور مجزية في معظم أنحاء العالم، ولذلك على المرشد السياحي أن يكون مبدعا لكي يبرز في مجاله، والأمثلة التالية توضح أشكال مختلفة لعمل المرشد السياحي:

١- **ممثل للعلاقات العامة** : يمثل المرشد بلدة، لذلك يجب أن يكون نموذجا مشرفا لها وقد يرقى دوره لأن يكون سفيرا لبلده.

٢- **معلم** : حيث يقوم بنقل المعلومات للزوار. والمرشد الناجح يجب أن يكون متفهما للأمور،متفائلا، ولا يشترط فيه أن يكون معلم عظيم وإنما أن يكون قادرا على حث الآخرين للتعلم بأنفسهم.

٣- **مضيف** : الرفيق ذو الحديث الممتع.

٤- **مدير الرحلة** : من الأدوار التي يمكن للمرشد أن يؤديها بسهولة ويساعده ذلك على السفر خارج حدود بلاده خلال مواسم الركود؟

٥- **مشرف الرحلة** : وذلك من خلال شركات الحوافز التي قد تلجأ إلى التعاقد مع مرشدين للقيام بذلك الدور.

٦- **مصمم برامج سياحية** : حيث يمكن للمرشد تصميم برنامج رحلة والإرشاد في نفس الوقت.

وهناك أدوار أخرى يمكن أن يقوم بها المرشد.

١- التدريس (لغيره من المرشدين).

٢- محاضرات عامة أو خاصة.

٣- إصدار كتب وصور لمختلف مناطق العالم (ولقد أصدر العديد من المرشدين في مختلف أنحاء العالم كتب ليست فقط إرشادية ، إنما كتب تعكس اهتماماتهم وخبراتهم.

٤- العمل Part-Timer بشرط أن يقدم له عمله المرونة الكافية للتعاقد على رحلات جديد كلما اقتضى الأمر.

الفصل السابع

مهام ومسئوليات الدليل السياحي

Duties and Responsibilities of Tourist Guides

يفترض أن يعمل الدليل السياحي لساعات طويلة كمرافق للسياح والمجموعات السياحية خلال رحلاتهم ويقع على عاتقه العديد من المسئوليات والواجبات وأهمها:

١- Guiding in monuments

قبل اصطحاب السائح لأي معلم سياحي أو حضاري، يجب أن يتعرف الدليل على جنسية السائح/ السياح ومهنهم. هنا يمكن عمل مقارنة بسيطة بين الماضي الحضاري والثقافي للبلدين من خلال ذكر بعض أوجه التشابه كي يخلق نوع من التوافق والارتياح لدى السائح.

الدليل السياحي يجب أن يبين للسائح التفاصيل التالية حول المعلم السياحي أو الحضاري كي يتحقق الهدف من الزيارة والإرشاد :

١- سنة البناء أو التأسيس

٢-مشاهير من قاموا بالبناء

٣ - تاريخ المعلم

٤- الأبعاد ؛الطول، العرض، والارتفاع للبناء

٥- أسباب التأخير في البناء-إن وجدت

٦- المظاهر المعمارية الخاصة ، وإن كان هناك أثر معماري للحضـــارة المميزة للبلد

٧- التطور التاريخي –الإلهام المميز لبناء معين وتأثيره على بناء معلم آخر

٨- التقدير الجمالي –عناصر الجمال، التناسق والتوازن المشهور به المعلم

٩- مظاهر الديكورات مثل الأبواب والجدران والزخرفة على الأرضيات والسقوف.

٢- Guiding in wild-life parks

الإرشاد في محميات الحياة الحيوانية البرية تتطلب معرفة وحذر معا.

الدليل السياحي يجب أن يقدم للسائح معلومات حول:

١-الاسم، الموقع وتاريخ المحمية

٢-تحديد فصائل الحيوانات الموجودة

٣-الحيوانات أو الطيور الموجودة أو المتوقع مشاهدتها

٤-توزيع الحيوانات في المحمية

٥-عادات الهجرة

٦-ماذا تأكل؟

٧-أين تعيش؟

٨-كيف يتم تدجينها؟

في موقع المعلم يبين للسائح أفضل الزوايا والأماكن لالتقاط الصور، وبعض الأحيان يقوم نفسه بالتصوير. كذلك من واجباته:

- ينصح السياح بما يلزم من أطعمة ومشروبات واختيار المطاعم المناسبة في النزهات

- يعطي البخشيش في المطاعم، للسائقين،... نيابة عن السائح
- في حفلات الرقص يبين المعتقدات والخرافات السائدة وراء كل رقصة أو وضع خاص
- شراء التحف، البطاقات البريدية المصورة، الكتب،الطوابع البريديـــة، الأفلام، السجائر،...الخ
- اختيار الأماكن السياحية في المناطق المجاورة للمنـــاطق التـــي يتـــم زيارتها
- إعلام السياح حول استعراضات وحفلات الرقص والغناء، المعـــارض، برامج الصوت والصورة،...الخ
- اقتراح مسار معين لزيارة المناطق السياحية البعيدة، حتى في الرحلات القادمة.
- الاهتمام بتأكيد حجوزات الطيران، القطارات والباصات والفنادق

الفصل الثامن

الدليل المثالي

The Model Guide

ΩϑϑΩ

لكي يقوم بواجبه على أكمل وجه، على الدليل السياحي التحلـــي بالصفــات التالية:

شخصية الدليل

نجد لدى معظم الناس فكرة واضحة ومحددة عن الدليل المثالي، مخبر جيــد متحمس، ودي، وبالتأكيد يبقى أفضل الأدلاء من يتمتع بمزيج انتقـــائي مـــن هــذه الصفات الشخصية الإيجابية. يوجد لدى الأدلاء والبارعون في السياحة والمســافرين أحيانا مفاهيم مختلفة بشكل كبير عن أهم صفات وخصائص الدليل السياحي.

وتقترح بعض الدراسات أن المزاج الاجتماعي أو الطبع أكثر أهميـــة مـــن التدريب الرسمي حيث أن الصورة المثالية عن المترجم الذي يبقى ،الذكي، الحســـن الإطلاع، الفصيح الذي يستطيع أن يأسر عواطف مســـتمعيه، وتعتـــبر الشـــخصية المثالية الفاتنة والجذابة للمترجم شخصية قوية تثير استجابة الزائر.

وتبقى بعض الصفات الخاصة عديدة ،هامة ومرغوبة جدا بالنسبة لـــلأدلاء، أما الصفات الأخرى المتعددة فهي لا تلاحظ ويصعب تحديدها وقياسها، ويبقى بعض هذه الصفات مرغوب جدا عكس إضافة لما هو موصوف أدناه.

الحماسة Enthusiasm

ربما يبقى الحب الميزة الوحيدة الأكثر أهمية للدليل الناجح للعمل والمسافرين، وهذا الحماس لا يجعل تجربة المسافر مفروضة بالقوة فقط بل سوف تساند كل من الدليل والزائر خلال التجارب المتعاقبة من ناحية عقلية. ويصاحب الحماس عادة بالدماثة والأنس والكرم، فعندما يكون الأدلاء متحمسين لعملهم وإقليمهم فهم يميلون لهذا الإقليم بثقة اكبر.

يمكن إدعاء الحماس بسهولة،وبالتأكيد فان الحماس ميزة يتم تعلمها أو التفكير بها بأي معنى تقليدي، ولكن يعتقد الكثيرون بأنه يمكن اكتسابها، وفي الحقيقة يشعر الكثير من الأدلاء أن دراسة الإقليم والرحلات السياحية والتعليم والتعلم المستمر قد زاد من حماسهم لتلك المنطقة.

الحماس طبيعة ودية منبسطة متصفة بالدماثة. بما أن الأدلاء في اجتماعات العمل يرحبون بالغرباء فمن الضروري أن يكونوا اجتماعيين منفتحين ومريحين في نماذج كثيرة من الأوضاع ومع مجموعة كبيرة من الشخصيات وهذا ربما يكون أمتع مظهر في عملهم. ويذهب آخرون إلى أن الأفراد ذوي الشخصيات الإنطوائية جدا أو الغير اجتماعية يجب أن لا يشجعوا على العمل في مجال الترجمة أو التفسير ويشير آخرون بأن الإنطوائيين يمكن أن يعيشوا وينجحوا في الإرشاد مع ملاحظة أن الأفراد الخجولين يصبحون أحيانا فعالين ونشطين أمام المجموعة. وفي الحقيقة قد يصف الأدلاء البارزين بأنه من الضر روي أن يملك الدليل السياحي القدرة لأن يكون وديا و يبادر بإثارة المناقشات وان يشجع الآخرين على القيام بذلك.

الثقة بالنفس Self Confidence

يتطلب تنمية الثقة بالنفس في مجال العمل مستوى أساسي في التقدير الذاتي المصحوب بالتجربة .وتمكن الثقة بالنفس الأدلاء من القيام بواجباتهم بفاعلية وحزم ليجعلوا الآخرين مطمئنين وليساعدوا على خلق أجواء مرحة.

طبيعة منشطة بارزة Active, Outgoing personality

تبقى إحدى الصفات المميزة للقائد الحقيقي الإيمان بقدرته الذاتية على إحداث التغيير والرغبة بتحمل المسؤولية، ويصاحب مثل هذا الإيمان عادة تعهد بتقديم حلول بارعة وقدرة على بعث التفاؤل، ويبقى السلوك الفعال البارز المقابل للسلوك في مواقف مليئة بالتحدي وغير ممكن توقعها مسبقا والتي يجب أن يجد لها القائد حلولا مرضية بسرعة.

الحساسية Sensitivity

يستعمل هذا التعبير هنا، المهم من ناحية سطحية ليشمل الفهم الإنساني الشامل المطلوب للدليل السياحي الناجح، وبالإضافة لمحبة الناس يبقى الدليل السياحي رحيما يتسم بالاحترام ،لبقا، يقضا، سريع الملاحظة، حساس لحجج الآخرين ومتفهم لوجهات نظرهم.

المرونة Flexibility

في مجال السفر حيث تمتد خطوط الرحلات المخططة على أفضل وجه تكون المرونة والصبر أمران ضروريان ويتضمنان القدرة على إقناع الآخرين ليكونوا مرنين وصبورين أيضا.

الشرعية Legality

تغضب بعض الصفات الناس وتنفرهم بسرعة أكبر ومنها الزيـــف وعــدم الأمانة حيث يجتذب الناس بشكل غريزي للنقص بالناس العباقرة والانفتاحيين.

المظهر المهني الجذاب Attractive Professional Appearance

يقال أحيانا بأن الناس يقررون فيما إذا كانوا يحبون ويقدرون خلال الدقــائق الأولى من مقابلتهم إياهم. فالإيضاحات الأولى والانطباع الأول يتعذر محوها فــي أكثر الأحيان وتعتمد كثيرا على المظهر الجسدي للشخص. وقد يعتقـــد الكثــير أن الأشخاص النظيفين والمهتمين بمظهرهم يكونوا على رأس الأشخاص وتظهر نفــس الصفات على عملهم.

حس الفكاهة Sense of Humor

يمكن أن يقرب حس الفكاهة الناس من بعضهم ويبعث فيهم الاطمئنان ويقدم لهم المساعدة على جعل الحوادث المؤسفة التي لا بد من حدوثها أثناء السفر أمـــرا عاديا بدلا من أن يكون أمرا موترا وغير سار. وبما أن معظـــم النـــاس يحبـــون الضحك فسوف يقدرون الأدلاء الظرفاء بالتجربة، ويتطلب إلقاء الفكاهـــات بشـــكل ملائم الحساسية: فالنكتة التي تضحك شخصا ما يمكن أن تنفر آخر.

المعرفة Knowledge

تبقى المعرفة العامة والجيدة عن مجموعة واسعة من المواضيع أمرا أساسيا وتختلف مجالات عمل الأدلاء في إقليم ما ولكن يبقى من الحكمة للأدلاء التحقق من برامج التعليم المحلية لهذا الإقليم، وفي السنوات الأخيرة توفرت برامج أكـــثر فـــي جميع أنحاء العالم عن هذه المواضيع ذات العلاقة بعمل الأدلاء. كصناعـــة الســـفر والفهم الثقافي المتناول وطرق التعبير والتسويق.

مهارات الاتصال الجيدة Communication Skills

سوف لا ينجح أكثر الناس إطلاعا وحساسية أن يكون دليلا سياحيا بـــدون القدرة الجيدة على الاتصال. وتتضمن مهارات الاتصال الجيد طريقة اللفظ والتقـــاء العيون والإشارات الطبيعية ونبرة ونغمة الصوت وتعبير الوجه. بالإضافة إلى ذلـك فان نقص أي ميزة من هذه الميزات يمكن أن يخلق صعوبـــات للدليـل السـياحي. فالصوت الخارج من الأنف واللهجة الحادة والتغيرات المزعجة في مقام الصـــوت وارتفاعه أو الإشارات العصبية الدائمة مثلا يمكن أن تكون مذهلة بحيث تتفوق على الخصائص الإيجابية الأخرى التي يملكها الدليل.

التنظيم Organization

يستخف عادة بمهارات إدارة الوقت والتنظيـــم والمـــهارات الأساسـية.إن الالتزام ببرنامج محدد المواعيد هي من أهم الأعمال المتوازنة التي يجب أن يقــوم بها الدليل يوميا. هناك كمية كبيرة من أوراق العمل المتعلقة بكل رحلة، التعليمـــات الخرائط المواعيد ورسائل تأكيد الحجز، معلومات عن المسافرين وأعمـــال مسـك الحسابات، وبصرف النظر عن الواجبات المطلوبة والتفاعل مع المسافرين، يكلـــف الأدلاء في كثير من الأحيان بكتابة وتسجيل الشيكات وتأكيد الحجـــوزات وتنسـيق الطرق مع السائقين وإبلاغ وكالاتهم بأحدث المعلومات عن وضع الرحلة وكما هــو الحال في كثير من المهن الأخرى يبقى أفضل مقياس لنجاح الدليل السياحي القيـــام بهذه الواجبات بشكل عفوي ودقيق إلى حد ما ويتطلب تنسيق جميع الواجبات وإدارة الوقت بدقة والانتباه الدقيق لأدق التفاصيل.

الحسم في القرارات والحالات الطارئة والاستثنائية

Momental & Critical Emergent Decision situations

يجب أن يكون الدليل السياحي مطلعا وواثقا بنفسه بشكل كبير ليتخذ قرارات سريعة وخاصة القرارات التي تكون في بعض الأحيان غير عامة.أحيانا يمكـــن أن تتطلب الحالات الطارئة في الرحلة اتخاذ قرارات صعبة وسريعة والتي يمكـــن أن تتضمن صرف نقود الشركة أو تغيير اتجاه سير الرحلة. ويجد الأدلاء في كثير مـــن الأحيان أن من المفيد اكثر اتخاذ قرارات بالنيابة عن الوكالة لمصلحـــة المجموعـــة دون استخدام الطريقة المألوفة والروتينية.

الصحة الجيدة Hygiene

يستخف كثير من الأدلاء ضيقي الأفق بدقة الإرشاد البالغة وبعض العناصر الهامة مثل المشي، الساعات الطويلة أو غير المنتظمة وقوائـــم الطعـــام المختلفـــة وأطعمة الحمية والتركيز على التواجد باستمرار عند الطلب بمرونة وطاقة كبيرتين.

الأمانة الشخصية Honesty

كما هو الحال بالنسبة لجميع المهنيين فان الإحساس القوي بوجوب التمســك بالأخلاق الحميدة، يبقى عاملا هاما لتحقيق النجـــاح، وتلقـــى علـــى عـــاتق الأدلاء مسؤولية أخلاقية أساسية تجاه أنفسهم ومستخدميهم وعملائهم وحتى عن أقاليمهم.

الجاذبية والفتنة Charm and Attractiveness

الجاذبية صفة سحرية لشخصية القائد الذي يوقظ الولاء أو الحماس الشعبي وتبقى الجاذبية مركبة من كثير من الخصائص والمميزات المدرجة أعلاه والتي تثير الاستجابة بان يبقى الأفراد بالقرب من ذلك الشخص.

لماذا لا يتصف جميع الأدلاء بجميع الصفات الموصوفة هنا ويبقى مستوى معين من الجاذبية واضحا عند معظم الأدلاء الناجحين .... ويمكن تعلم بعض الصفات الموصوفة هنا ...وبعضها يتطور مع الزمن وبعضها إما أن يتميز بها أحد الأدلاء أو لا يتميز بها ومع ذلك فان الدليل السياحي المثالي يجسد جميع هذه الصفات، بامتلاكها أو بالحصول عليها عن طريق التعلم والممارسة لتطبيقها على التجارب الإرشادية المختلفة غير المتوقعة التي تكون صعبة جدا.

يختلف المدى الذي يقوم فيه الدليل بدوره كمضيف ومعلم وقائد وممثل للعلاقات العامة والتصرف مع اختلاف ظروف الرحلة وتركيبة مجموعة المسافرين.

الفصل التاسع

الخطايا السبع المتعلقة بالخدمة

The Seven Sins of Service

ↀↀↀↀ

١- معاملة الزبائن بفتور

يغفر المسافر الكثير من مواطن العجز لدى الأدلاء إذا لم يكن الفتور واحدا منها. وكما هو الحالة في أية وظيفة خدمية موجهة، يجب على الأدلاء الذين يعلنون من فتور الشعور المزمن البحث بشكل مؤقت أو دائم عن عمل آخر.

٢- التخلص من الزبائن

هذا يظهر على الدليل السياحي كنتيجة ثانوية لفتور الشعور والتخلص من الزبائن. ويشكل ذلك تحديا خاصا لكثير من الأدلاء على نحو مخالف للمهن الأخرى، حيث أن عملية الإرشاد ليست عملية القيام بالتزامات يبلغ عددها من ٥ - ٩ التزامات. في بعض الأحيان يعمل الأدلاء من الصباح إلى ساعة متأخرة في المساء ويتطلب هذا من الدليل إعطائه وقتا أطول للاستمتاع ولخدمة المجموعة دون أن يظهر عزمه على التخلص منها.

٣- معاملة الزبائن بأسلوب غير ودي

يعتبر السلوك الفضولي الموصوف سابقا وفشل الدليل السياحي لأن يكون عبقريا ووديا وعدم قدرته على المشاركة مع الآخرين، عن فتوره تجاه الزبائن، ويذكر كثير من المسافرين أن مقابلة الناس تشكل الدافع الأولي للسفر. إن وجود فتور أو مسافة بينهم وبين الدليل يؤدي إلى إهمال المنافع التي يقدمها هؤلاء الأدلاء.

٤- معاملة الزبائن باستعلاء

مع أن موقف التنازل بين الأدلاء يبقى موقف عـــام لمطاوعــة ومســايرة الزبائن، فان معظم الأدلاء الذين يرتكبون هــذا الخطــأ دون أن يعلمــوا، كـــالدليل السياحي الذي يتحدث لطلبة الصف العاشر بنفس الأسلوب الذي يتحدث به مع طلبــة الصف الرابع ،أو كالدليل الذي يعتقد بان المواطن المتقدم في الســـن يعـاني مـــن صعوبة في السمع أو من مرض معين، فانه يشتم ضيوفه بدون وعي. وتوجد لدى المترجم الماهر طرق كثيرة لتحديد مستوى المجموعة وتشتمل على توجيه الأســئلة والإنصات والتشجيع على المشاركة.

٥- أن يعمل كانسان آلي

يتم نقل موقف الدليل السياحي الذي يعبر عنه بعبارة (أستطيع عمـــل ذلــك وعيناي مغلقتان) بسهولة لا يفهمها كثير من العاملين. فخلال السنين، اعتمدت عملية الإرشاد ،لسوء الحظ، على كثير من نماذج الإنسان الآلي وأصبحت الأحاديث المغناة والمسجلة شائعة كما توقع الزوار ويبقى هذا السلوك مزعجا لأنه يشير إلى الفتـــور ويولد الملل في نفوس المستمعين والمتحدثين.

٦- عدم التقيد بالقوانين والتشريعات

في الحقيقة فان اتباع القوانين أو الامتثال لها يؤدي إلى حل أفضل ويخـــدم أهداف كل من الدليل والمسافر.

٧- ينزعج كثير من الأدلاء الذين يرون أن دورهم بالتحديد كدور المعلمين بســبب ما يلاحظوه من حاجات الزائرين الدنيا أو الحاجـــات الخارجــة عــن نطــاق واجباتهم والتي تبدو كجانب مساعدة و مد يد العون للسياح.

الفصل العاشر

المرشد السياحي وزملائه في صناعة الرحلات

The guide & his work peers

ଔ୬୬ଓ

لكي تكون مرشد ناجح يجب أن تعيش أحلام الكثيرين والإرشاد هو المجال الذي يقدم فرصة السفر، التعلم، العمل مع الآخرين في إطار ترفيهي،...الخ، لذلك فهو نشاط حيوي لمن يرغب في أن يبرز في ذلك المجال.

مفاهيم في الدلالة السياحية

١- المرشد السياحي Tourist guide

مرادف لمرشد الرحلات Tour Guide، وقد استخدم هذا الاصطلاح لأول مرة في الولايات المتحدة وكندا، ومن أمثلة المرشد السياحي مرشد المدينة Step on guide or city guide.

٢- المترجم (الشارح) Interpreter

يستخدم بطرق مختلفة ويعتبر مرادف للمرشد السياحي، وغالبا ما يطلق على المرشدين في المتنزهات والمتاحف ولقد اتسع نطاق استعمال هذا الاصطلاح عالميا ويصلح عادة لوصف معظم أنواع المرشدين.

٣- المرشد المتطوع Docent

يكون غالبا في المتاحف ويقدم معلومات للزوار في نفس المنطقة ولا يسافر مع السياح من مكان الى آخر.

٤- المرشد السائق Driver Guide

وهو سائق الحافلة السياحية وقد يعترف به كمرشد في بعض المدن والبلاد ولكن لا يسمح غالبا الجمع بين المهنتين في كثير من الدول.

٥-مرشد المغامرات Adventure Guide

ويعمل غالبا في الجبال، مناطق الصيد والغابات.

زملاء المرشدين في صناعة الرحلات

١- مدير الرحلة Tour Manager

يعين مدير الرحلة بواسطة مصمم البرامج السياحية Tour Operator لإدارة كافة جوانب وتفصيلات الرحلة مثل مقابلة المجموعة في المطار، وتسكينهم في الفنادق أو وسائل الإقامة الأخرى، التأكد من تلقيهم كافة الخدمات المتفق عليها... الخ، ومدير الرحلة هو الشخص الممثل للشركة التي تعاقدت مع المرشد السياحي ولذلك في حال وجود مدير الرحلة على المرشد السياحي العمل تبعا لإرشاداته وتعليماته فحسب.

وقد يقوم المرشد بدور مدير الرحلة فيسافر مع المجموعة السياحية ولكن في نطاق دولته ويكون مسئولا عن كافة جوانب وتفصيلات الرحلة، وتكون في الغالب ليوم أو أقل. وهنا لا بد من الإشارة إلى أنواع الرحلات السياحية.

*** رحلات الحوافز Incentive Tour (رحلات مخصصة للمؤسسات)**

وهي رحلات تنظمها المؤسسات لمكافأة العاملين الذي نجحوا في تحقيق الأهداف المرسومة كأحد أنواع الحوافز الإيجابية في الإدارة الحديثة.

* الرحلات المنتظمة : Scheduled Tours

وهي رحلات مبرمجة تقدم يوميا أو في مواعيد محددة لأي شخص وتكـون عادة معلنة في الفنادق ومحطات القطار والمناطق السياحية.

* رحلات الاستكشاف Familiarization Tours (Fam Trip)

وهي رحلات مخصصة للعاملين في صناعة السياحة للتعرف على المقـاصد والبرامج السياحية المراد تسويقها وعادة ما تشمل معلومات توقفات عديدة بالفنـادق والمطاعم (رحلات مخصصة للتعلم). وهذه عادة تساعد الوسيط أو رجل التسـويق في الوصف الدقيق والبيع الفاعل للخدمـات السـياحية بـدلا مـن بيـع الصـور والبروشرات الملونة.

من التحديات التي تواجه المرشد السياحي في الرحلات :

* في ظل تنوع وتباين البرامج السياحية، أصبحت المرونة أمر حتمي وضـروري كما أن مصممو البرامج السياحية هم المسئولين عن تخطيط وتصميـم الـبرامج وعلى المرشد الالتزام بالبرامج المعدة سلفا بكافة تفاصيلها.

* العميل دائما على حق حتى لو لم يكن كذلك.

٢- قائد المجموعة Group Leader

يطلق على الشخص الذي يسافر مع مجموعة منظمة ويكون غالبا من خارج العمل السياحي ولكن على علاقة ما بالمجموعة. وفي هـذه الحالـة لا بـد لقـائد المجموعة أن يعمل أو يقوم بواجب مدير الرحلة ويقوم المرشد السياحي بعمله تبعـا لتعليمات مدير الرحلة أو قائد المجموعة.

٣- مدير/مشرف الرحلة Trip Director

وهو لفظ يستخدم من قبل الشركات التي تعمل في سياحة الحوافز، ويطلق على الشخص المرافق لمجموعات الحوافز وعلى المرشد اتباع إرشادات مشرف الرحلة والعمل تحت إشرافه.

٤- سائقو الحافلات السياحية Motor coach Operators

يعمل سائقو الحافلات السياحية في بعض الدول كمرشدين ويطلق على قائد الحافلة في تلك الحالة المرشد السائق Driver Guide. العديد من الدول تمنع ذلك في تشريعاتها السياحية لتفادي المخاطر التي يمكن أن يتعرض لها السائح، خاصة إذا كانت الطرق خطرة.

فن التعامل والتنسيق مع الزملاء

- في الرحلات التي تشمل حافلة واحدة فقط من المفيد التشاور والتنسيق مع مدير الرحلة.
- في الرحلات التي تشمل عدد من الحافلات يوجد دائما مرشد رئيسي ومنسق أو شخص ما مسئول. فلا بد من استشارتهم والتنسيق معهم واتباع تعليماتهم.
- في حالة عدم وجود قائد، لا بد من تنسيق العمل مع باقي المرشدين حتى يتبع الجميع خطة واحدة.
- في معظم الأحيان يكون مدير الرحلة (وهو ممثل مصمم الرحلات) وهو عميلك، وبما أنك مفوض من قبل مصمم الرحلات فعليك الاستجابة لممثله في الرحلة وهو مدير الرحلة.
- إذا أصر العميل على القيام بشيء من الصعب تنفيذه يمكنك بلباقة اقتراح بدائل أخرى.

- المجادلة مع أحد العملاء أو مع مدير الرحلة غير مستحبة.
- حاول أن تحوز على إعجاب وتقدير مدير الرحلة من خلال أدائك الجيد لعملك فقد يفيد ذلك في رغبته للتعامل معك في المرات القادمة.
- اتبع ما يقرره مدير الرحلة أو قائد المجموعة حتى لو كان مخالفا لرغبة المجموعة.
- لا تتردد في عرض حلول بديلة (واقعية) أو أفكار جديدة بناء على معرفتك بالوقت وحركة المرور ومواعيد إغلاق أماكن الزيارة.
- قد يكون لقائد الرحلة اهتمامات خاصة يرغب في ممارستها أو أماكن يجب أن يراها في جدول الأعمال أو خط سير الرحلة. في هذه الحالة لا بد من مراجعة خطة العمل كاملة وخطط العمل اليومية وأماكن الوقوف التالية..بشكل دائم مع مدير الرحلة ولا تنسى إشراك السائق في الأحداث بقدر الإمكان.
- لا تخلو عادة خطط العمل مع المفاجئات لذلك لا بد من إعداد نفسك لأي تغيير قد يطرأ على البرنامج في حالة حدوث أي ظرف طارئ.
- تجنب اغتياب أي من المرشدين الآخرين أو العملاء أو الموظفين أو الضيوف.
- تأكد من تقديم نفسك إلى قائد الرحلة وسائق الحافلة السياحية في بداية الرحلة.
- استخدم أسمائهم في التعامل معهم فهذا يعمل على تقليل الفجوة بينكم ويؤكد حسن النية ويوطد العلاقات الشخصية.

سلوكيات التعامل

- عند التعاقد مع الشركة على مجموعة ما، اجمع كافة المعلومات المتاحة عـــن تلك المجموعة،رقم الحافلة السياحية لونها وموديلها، نوع المجموعة ،اهتماماتهم الخاصة، أسماء المجموعة واسم قائدها،جنسيات المجموعة، مكـــان وموعــد اللقاء.

- عند التعامل مع موظف لأول مرة لا تتردد في السؤال عن المبلغ الذي ســتتلقاه نظير عملك، وعند الاتفاق وتوقيع العقد اسأل عن التفاصيل الدقيقة مثل سياســة الإلغاء، ودون تلك التفاصيل في مذكراتك الشخصية.

- في حالة التعامل مع موظف سبق التعاقد معه من قبــــل، تــأكد مـــن إجـــراء التغييرات اللازمة في العقد الجديد، وتذكر عند التعامل مع ذلـــك الموظـــف – الذي يكون عادة مصمم الرحلات، بأنه صاحب الفضل لاختيارك للعمل معه.

- إذا اضطررت للإلغاء لظروف طارئة فعليك إيجاد بديل من زملائك.

- تحتم عليك أخلاقيات المهنة ألا تخبر صاحب العمل بالإلغاء قبل ميعاد الرحلـــة بوقت قصير إلا في حالة الظروف القهرية.

- إذا اضطررت إلى عدم إتمام المهمة فعليك الاتصال بالموظف المسؤول علــــى وجه السرعة والتفاهم معه في إيجاد طريقة مناسبة لإتمام هذه المهمة.

- لا تغتاب زملاء الموظف الذي تتعامل معه. قد يكونوا منافسين له ولكنهم فــــي نفس الوقت أصدقاءه.

- لا تغتاب المرشدين الآخرين أو سائقي الحافلات السياحية أو موظفي الفنــــادق والمطاعم فإنك لا تضمن أن ينتقل الكلام إليهم، وحاول أن تحافظ على أخـــلاق المهنة.

- احرص على تنمية علاقات طيبة وقوية مع زملاء المهنة لأن عليك الاحتكـــاك بهم دائما، والتعاون الذي تظهره معهم لا يعود على رحلاتـــك فحســـب وإنمـــا يجعل لك سمعة طيبة وسط القطاع السياحي،وأعمل دائما مع زملاء المهنة فـــي ظل مبدأ المنفعة المتبادلة.

ومن زملاء المهنة :

١- سائقو الحافلات السياحية والعاملين في شركات النقل السياحي المتخصص.

٢- موظفو الحجز والعاملين بالفنادق على اختلاف مستوياتهم.

٣- أصحاب ومديرو المطاعم والعاملين فيها.

٤- مسئولو المتنزهات والعاملين في المواقع السياحية.

٥- الشرطة السياحية.

٦- العاملين في مكاتب الاستعلامات.

٧- المرشدين الآخرين.

٩- العاملين في مكاتب خطوط الطيران.

١٠- العاملين في مكاتب تأجير السيارات السياحية.

١١- العاملين في متاجر التحف الشرقية.

الفصل الحادي عشر

العرض والتقديم

Presentation & Explanation

ଔଓଏଓ

على الرغم من دخول مصطلح الشرح (أو التفسير) Interpretation في المجتمع السياحي ببطئ شديد إلا أنه قوبل بترحاب شديد بين المرشدين والعاملين في مجال التعليم الإرشادي.

ولقد استخدم هذا المصطلح للمرة الأول في الخمسينات عندما قام أحد الكتاب ويدعى Freeman Tilden بعمل تحقيقات واسعة عن مدى تفاعل الزائرين في المتنزهات القومية مع المناطق التاريخية والطبيعية. وقد وضع Tilden ما وصل إليه من نتائج سنة ١٩٥٧ في كتاب بعنوان " شرح تراثنا" والذي يعد أول ما كتب في ذلك الموضوع. وعرف Tilden هذا المصطلح بالآتي :

"ذلك النشاط التعليمي الذي يهدف إلى إبراز المعاني والعلاقات من خلال استخدام العناصر الأصلية وذلك عن طريق الخبرة الأولية أو وسائل الإيضاح والتخلي عن المعلومات القائمة على الحقائق المجردة ".

وتشير كلمة " العناصر " في التعريف السابق إلى الموارد المحيطة بالمنطقة و المقومات الأولية التي يمكن للزائر أن يراها، على سبيل المثال : الرسومات في المتحف، بيوت الغزلان في المتنزه، الآثار في المدن... الخ.

مبادئ الإرشاد الستة لـ Tilden

يعتمد الإرشاد نظرية المؤثر والاستجابة – كما يوضح Tilden على ستة مبادئ أساسية هي :

١- الشرح يجب أن يحقق الترابط بين المعروض أو الموصوف وبين شخصية الزائر وخبراته الخاصة حتى يكون أكثر تأثيرا وفاعلية.

٢- المعلومات المجردة لا تعتبر شرحا ولكن الإرشاد يعتمد على عنصر المفاجأة في تقديم وعرض المعلومات، ويختلف ذلك تماما عن سرد المعلومات المجودة بطريقة تقليدية ونمطية، وتكرارها كالأنشودة التي يتم حفظها عن ظهر قلب وإعادتها مرارا وتكرارا.

٣- الإرشاد فن يجمع عدد كبير من الفنون والعلوم كالتاريخ والجغرافيا والفن المعماري .. الخ.

٤- يجب أن لا يكون الهدف الأساسي من عملية الإرشاد هو تقديم سلسلة من الدروس أو المحاضرات للمتلقين.

٥- يجب أن يهدف الإرشاد إلى الاهتمام بتقديم العموميات أو الكل وليس الجزيئات ويجب أن يوجه حسب الجمهور المعني.

٦- الإرشاد الموجه للأطفال (دون الثانية عشر) يجب أن يختلف عن الإرشاد الموجه للبالغين ويوضح Tilden وغيره ممن تطرقوا إلى هذا الموضوع إلى أن الإرشاد في مناطق وأماكن الزيارة يختلف تبعا للمجموعات المتلقية له ، لذلك لا يجب أن يقدم المرشد السياحي نفس المعلومات بنفس الأسلوب لكل زائر يرافقه.

الفصل الثاني عشر

عناصر الإرشاد الجيد

Elements of Good Guiding

١- أهمية العاطفة.

٢- التركيز على الشرح المستند على المعلومات.

٣- الرغبة في تقديم ما هو أصلي وحقيقي.

٤- اتباع الطرق الفنية الشيقة في سرد الأحداث والقصص.

٥- طرح أسئلة مثيرة للتفكير.

٦- التحلي بروح الدعابة.

٧- استخدام لغة وألفاظ واضحة.

٨- معرفة متى يجب الصمت.

٩- معرفة متى يجب الوقوف أو التوقف.

١٠- الإرشاد العارض.

موضوعات الشرح **Presentation Subjects**

يجب أن يوضح المرشد الطرق الفنية المختلفة لشرح الموضوعات الآتية :

- الجغرافيا
- المنظومة البيئية والطبيعية

- التاريخ
- الثقافة
- الفنون
- الفن المعماري
- الديانات

يتطرق المرشد عادة إلى الموضوعات التي تفرض نفسها على المنطقة، فعلى سبيل المثال في الساحل الشرقي للولايات المتحدة تظهر الحرب الأهلية كموضوع لا يستطيع المرشد تجنبه، وفي مصر تأتي الأهرامات في مقدمة الموضوعات الهامة، أما في الأردن فتبرز الآثار العريقة كموضوعات أساسية.

وفي بعض الأحيان تظهر موضوعات مستوحاة من واقع ثقافة المرشد وخبرته الشخصية، وفي أحيان أخرى يحدد الزائرون موضوع أو موضوعات للمناقشة، وعلى المرشد أن يستجيب لذلك ويقوم بإلقاء الضوء عليها، ولذا فمن الضروري بالنسبة للمرشد أن يكون ملما بالموضوعات المختلفة التي تغطي كافة المجالات.

وعلى المرشد الاهتمام بالآتي :

١- الأبحاث وتحديث المعلومات باستمرار.

٢- البحث المستمر أمر أساسي بالنسبة للمرشد وخاصة عن الأمور الأساسية المتعلقة بالسياحة.

٣- القراءة الخاصة بالأشجار، الطيور، العظماء، العلماء في المنطقة ، تاريخ الفن المعماري... الخ.

٤- قم بزيارة أماكن الجذب السياحي في المنطقة أكثر من مرة فهذا يتيح لك التعرف على التفاصيل وأدق الأمور.

٥- قم بزيارة مكتبات المنطقة التي تضم عادة مجموعات كبيرة من الكتب والمراجع والنشرات والكتيبات الخاصة بالمنطقة والتي سوف تقدم المعلومات المختلفة عنها.

٦- حاول أن تكون مكتبة خاصة بك.

٧- التحاور مع المرشدين الآخرين والمواطنين في مناطق الجذب السياحي أمر ضروري وحيوي.

٨- لا تتردد كثيرا في قبول الرحلات وأعمل بمبدأ: " اعمل أكثر، تعرف أكثر".

٩- التحق في أي دورات أو برامج تعقدها الجامعات أو الكليات المتخصصة.

١٠- دون أي تفاصيل خاصة بالمقصد السياحي وترجمها إلى اللغة التي تتحدث بها المجموعة.

١١- وأخيرا لا يجب أن تشعر أنك تعلمت كل شيء بل يجب أن تستمر في الدراسة والبحث، لأنك لو توقفت عنهما ستفقد أدواتك كمرشد ويفضل في هذه الحالة أن تتجه إلى العمل في مجال آخر.

الفصل الثالث عشر

العمل مع الجماهير المختلفة

Working with Different people

꧁꧂

أصبح مصطلح " استيعاب الثقافات المختلفة " من المصطلحات الشائعة الاستخدام في صناعة السفر والسياحة والدورات التدريبية في الآونة الأخيرة. وأصبح التقاء الأفراد من مختلف أنحاء العالم بما يحملونه معهم من حضارات وثقافات متباينة – لممارسة أعمال معينة أو الترفيه أو قضاء أوقات الفراغ – أمرا طبيعيا، لذلك أصبح من الضروري فهم الثقافات والمعتقدات المختلفة للبشر. وبالنسبة للمرشد السياحي فالحاجة إلى استيعاب وفهم تلك الثقافات أكثر أهمية بحكم طبيعة عمله التي تعتمد على الاحتكاك المباشر بالسائحين على اختلاف جنسياتهم وثقافاتهم وعاداتهم ومعتقداتهم. ومن هنا تكمن أهمية استيعاب تلك الحضارات بالنسبة للمرشد وصعوبتها في نفس الوقت.

إن دراسة الجوانب المختلفة للبشر قد يكون لها دور كبير في استيعاب وفهم الثقافات المختلفة ويشمل ذلك :

- القيم : وهي متأصلة ولا تتغير على مر الأيام.
- المعتقدات والسلوك : وهي متأصلة أيضا ولكنها قابلة للتغيير تبعا لتأثير الظروف المحيطة بالحياة اليومية.
- الشخصية : من الخصائص الشخصية التي تتأثر بالثقافة، الأسرة، ظروف الحياة، الميول،و الخلفيات، والنفسية.

وهناك عوامل أخرى تضاف إلى الشخصية وتجعلها فريدة ومتميزة منـــها : الوطن، المنطقة الجغرافية، المدرسة، العمل، المعتقدات الدينية.. الخ.

القاعدة الذهبية

القاعدة الذهبية التي تقول " عامل الناس كما تحب أن يعـاملوك " أصبحـت غير صالحة للتطبيق اليوم، فالناس لا يحبوا أن يتعاملوا من شـــخص مـا بنفس الطريقة، لذلك تغيرت القاعدة إلى " عامل الناس بالطريقة التي يفضلوها ".

الالتزام بفهم الآخرين يجب أن يشمل :

- الإنسانية
- الانفتاحية
- الاحترام
- الرغبة في الاستماع والتعلم
- القدرة على تحمل الآخرين
- الاهتمام بالتعرف على الناس وأماكنهم، وتاريخهم، وثقافتهم
- تعلم اللغات الأجنبية

التعامل مع أصحاب العمل

- عند التعاقد مع الشركة على مجموعة ما ، اجمع كافة المعلومـــات الخاصـــة بتلك المجوعة : رقم الحافلة السياحية ونوعها، ونوع أو جنسية المجموعـــة، اهتماماتهم الخاصة، أسماء أفراد المجموعة وأسم قائدها، جنسيات المجموعة، مكان وموعد اللقاء، مكان وموعد انتهاء الرحلة.

- عند التعامل مع صاحب عمل لأول مرة لا تتردد في السؤال عن المبلغ الـــذي ستتلقاه نظير عملك وعن موعد الدفع وكذلك التفاصيل الدقيقة الخاصة بحالات الإلغاء أو الاعتذار... أو أي تفاصيل أخرى تراهـــا ضروريـــة ودون تلـــك التفاصيل.
- إذا كلفت بمهمة ولكنك تفضل القيام بأخرى،أخطر صاحب العمل.
- إذا اضطررت للإلغاء لأي سبب عليك بإيجاد أحد زملائك ليحل محلك.
- تحتم عليك آداب المهنة عدم إبلاغ صاحب العمل بالإلغاء قبل موعد الرحلـــة بوقت قصير إلا في حالة الضرورة القصوى ، فإذا كلفت بمهمة لا بـــد مـــن أدائها بالشكل المناسب الذي يليق بك وبقدراتك.
- إذا اضطررت لعدم إتمام مهمتك لأي سبب طارئ، عليك بالاتصال بصـــاحب العمل على الفور وتباحث معه عن الطريقة المناسبة لإتمام المهمة.
- لا تغتاب زملاء الموظف الذين تتعامل معهم فقد يكونوا منافســـين لـــه وقـــد يكونوا أصدقائه.
- لا تغتاب المرشدين الآخرين، سائقي الحافلات الســـياحية، موظفـــي الفنـــادق والمطاعم.. انك لا تضمن أن ينتقل الكلام إليهم.

الفصل الرابع عشر

الشخصية ومهارات الاتصال

Personality & Communication skills

ଔଷଔଷ

المظهر

- نظرا لأهمية الانطباعات الأولى لدى المجموعة ، فالمرشد يجب أن يمثل وطنه وشركته وأن يظهر في صورة جيدة وأن يهتم بارتداء الملابس المناسبة.
- المرشد السياحي قد يصبح قدوة في طريقة ملابسه بالنسبة لكثير من المسافرين.
- إذا كان على المرشد مصاحبة مجموعة لعدد من الأيام فعليه أن يختار ملابسه بحيث تجمع بين الملابس الرسمية Formal والزي المريح Casual
- يمكن للمرشد الاستعانة بشارة Badge توضح اسمه واسم الشركة – إذا طلب منه ذلك على أن يتيسر للزائرين قراءتها عن بعد.
- يجب الاستعانة بحذاء مريح ونظيف في آن واحد.
- استعمال الأحذية ذات الكعب العالي تكون دائما غير مريحة وتؤثر على نشاط المرشد وطاقته أثناء اليوم.
- يجب التنبيه على الزائرين بارتداء ملابس معينة في بعض الحالات الاستثنائية مثال : المطاعم التي تتطلب الدخول بالملابس الرسمية، ودور العبادة.

أوضاع الجلوس والوقوف

ان أوضاع الوقوف والجلوس السليمة تعمل على تحقيق الراحة لجسمك وكذلك تحسين الصوت أثناء الحديث كما يجب أن تحتفظ بكتفيك على مستوى واحد مع قدميك ورأسك مرفوعة لأعلى وكذلك حاول أن تكون أكتافك مستريحة إلى الخلف واستخدم دائما الملابس المريحة.

التنفس

قد يتعجب البعض من أهمية عملية التنفس وقدرتها على إحداث تغييرات في صوت الإنسان، وقد يرجع إليها الفضل في إعطاء طاقة أفضل للمتحدث وتزيد من قوة صوته ورفع الصوت بدون إجهاده.

الالتزام بفهم الآخرين ، و يشمل :

- الإنسانية
- الانفتاح
- الاحترام
- الرغبة في الاستماع والتعلم
- القدرة على تحمل الآخرين
- الاهتمام بالتعرف على الناس وأماكنهم، وتاريخهم، وثقافتهم.
- تعلم اللغات الأجنبية

الصوت

يدعي البعض أن الصوت مرآة الروح ولا يُختلف على أن الصوت من الخصائص المؤثرة على الشخصية ومن الغريب أنه على الرغم من أهمية الصوت إلا أن معظم الناس لا يعرفون الكثير عنه ولا يلتفتون على طبيعة صوتهم. ومن الطريف أن هناك بعض التمرينات التي تعمل على حذف النغمة غير المحببة في أصواتنا.

خصائص الصوت

- طبقة : مرتفعة إلى منخفضة.
- الرنين : كأن يكون الإنسان اخنف على سبيل المثال.
- درجة الصوت : هادئة إلى مرتفعة.
- السرعة : سرعة أو بطئ إخراج الكلمات
- الأوتار الصوتية : ارتفاع وانخفاض طبقة الصوت في الكلام
- مخارج الألفاظ : عملية الكلام بوضوح

وحيث أن المرشد السياحي أولا وأخيرا يعتمد على الشرح والكلام فيجب عليه أن يهتم دائما بصوته لكي يخرج في أفضل صورة.

اللغة وأسلوب الحديث

- أجعل مفردات لغتك ملائمة للمجموعة.
- لا تستخدم العامية.
- فكر وتكلم وسوف تستغني عن الأزمات.
- تكلم دائما بوضوح.

العناية بالصوت

- باستخدام الحجاب الحاجز تستطيع أن تتجنب الضغط على صوتك.
- حاول الابتعاد عن التدخين أو التقليل منه قدر الإمكان
- حاول تقليل استهلاكك من المشروبات الكحولية وكذلك القهوة والنسكافيه.
- اشرب المياه بكميات كبيرة.
- حاول أن تخفف استهلاكك من السكريات وحاول الاستعانة بالسكر قليل السعرات.
- حاول اتقاء نزلات البرد.

استخدام الميكروفون في الحافلة السياحية

تختلف الميكروفونات حسب نوعيتها وجودتها، واستخدام الميكروفون أمر سهل ولكن في حالة تعطله أو انخفاض كفاءته يشعر الركاب بعدم الراحة ولذلك عليك بالآتي :

- اكشف على الميكروفون دائما بمجرد ركوب الحافلة، ولا تكتفي بتجربة صلاحية الميكروفون عندما تكون الحافلة خالية ولكن يجب أن تجرب الميكروفون بوجود الركاب وتطمئن أن آخر راكب في المؤخرة يسمعك بوضوح على أن تتم هذه العملية دائما في جميع مراحل الرحلة.
- إذا كان الميكروفون على يمينك وأنت تواجه الركاب فأمسكه باليد اليمنى.
- احتفظ بالميكروفون بعيدا عن فمك بحوالي بوصة.
- الوضع الصحيح للميكروفون إلى جانب الفم وليس في مواجهته.

- الوظيفة الرئيسية للميكروفون توضيح وتنقية الصوت، فلا تتوقع منه أكثر من ذلك.
- تأكد من تشغيل الميكروفون قبل التحدث من خلاله وضع في اعتبارك أن بعض أجهزة الصوت لا تعمل إلا بعد ثوان من تشغيلها.
- احتفظ بوضع وقوف مناسب.

الفصل الخامس عشر

الأساليب المختلفة للإرشاد

Guiding Various Techniques

رحلات الحافلات السياحية

- ابدأ رحلتك بشرح التفاصيل الخاصة بالرحلة إلى أين تتجه الرحلة؟ الطريق الذي تسلكه؟ زمن القيادة؟ الوقفة أو الاستراحة للرحلة؟ إشارة سريعة إلى ما سوف تراه المجموعة وموعد انتهاء الرحلة.
- حاول أن تتعرف أكثر على مدينتك من خلال القيادة بهدوء في المدينة والتوجه إلى الأماكن التي سوف يشملها برنامج الرحلة.
- اعرف أسماء وأماكن الشوارع ذات الاتجاه الواحد لتفادي الأخطاء والأخطار.
- تعرف على الأماكن الخاصة لانتظار الحافلات السياحية في الشوارع.
- تعرف على القوانين والقواعد المنظمة لحركة الحافلات السياحية في المنطقة، على سبيل المثال : غير مخصص للحافلات، ممنوع الانعطاف يمينا أو يسارا.. وكل ما يمكن أن يعوق حركة الحافلة.
- تعرف على طبيعة حركة المرور في أماكن الزيارة والأماكن القريبة منها.
- تعرف على الطرق البديلة المؤدية إلى كل مزار فقد تضطر إلى تغيير الطريق المعتاد لأسباب خاصة بحركة المرور أو الاصطلاحات.

- يجب أن تكون ملما بزوايا التصوير المختلفة في المزارات وأين ومتى تتوقف الحافلة ليتمكن السائح من التصوير لأنه غالبا ما يحمل معه كاميرا.

- انظر حولك دائما أثناء تجوالك في أي منطقة لتستطيع أن تلم بالتجديدات التي طرأت عليها من حيث ديكورات المباني أو تماثيل جديدة لتخليد ذكرى أو شخص معين، وقد تجد مباني أثرية غير مدرجة على خط سير الرحلة، وكل ما سبق يساعدك لإخراج رحلة ناجحة.

- حدد موقع المزار بالنسبة لمواقع المزارات الأخرى، فسوف يساعدك ذلك في تصميم خط سير جيد للرحلة إما في خط مستقيم أو في شكل دائري وبذلك لا تستهلك الوقت في اختراق المدينة ذهابا وإيابا لزيارة مزار ما ثم تعاود الكرة مرة أخرى لزيارة مزار آخر.

- في معظم الأحوال تكون الحركة المرورية عائق للرحلات خاصة في أوقات الذروة لذلك عليك معرفة تلك الأوقات وتجنبها.

- إذا وجد مزارين في برنامج الرحلة بالقرب من بعضها البعض حيث يمكن قطع المسافة بينهما سيرا على الأقدام ضع ذلك في برنامج الرحلة بعد استشارة قائد المجموعة أو مدير الرحلة وإعلام السائق بذلك.

كيفية التعامل مع السائق

- ناقش خطة العمل اليومية مع السائق
- قم بتوجيه السائق أثناء الشرح للزائرين
- في بعض الأحيان قد ترغب في توجيه بعض التعليمات للسائق، عندئذ أوقف الشرح ودع الميكروفون جانبا ووجه الحديث مباشرة إلى السائق.

- استخدم اسم السائق أثناء التعامل، فسوف يخلق جوا من الألفة والتعاون بينكما.
- ضع في اعتبارك دائما أن الحافلة تختلف تماما عن السيارات الصغيرة، فهي تحتاج إلى مكان أكبر للانحناء أو الوقوف أو تهدئة السرعة أو تغيير مسارات السير في الطريق.
- وجه تحية تقدير إلى السائق وأدفع المجموعة على توجيه تحية إليه أيضا خاصة بعد اجتيازه مناورة صعبة على الطريق.
- حاول قدر المستطاع أن تجعل السائق يحتفظ بالحافلة في وسط الطريق أو على الأقل يحافظ على مسافة معقولة بينه وبين السيارات والحافلات المنتظرة بالشارع.
- لا تتعجل السائق في فتح أبواب الحافلة لخروج الركاب خاصة في الشوارع الضيقة وانتظر حتى يجد السائق مكان مناسب لانتظار الحافلة حتى لا يعرض حياة الركاب للخطر.
- حذر السائق مسبقا إذا أردت أن يخفف من سرعة الحافلة في مكان ما عند شرح موضوع معين بالتفصيل حتى يتمكن الركاب من التقاط صورة.
- إذا اختلفت نقطة الالتقاء في مزار معين عن نقطة الإنزال (المكان الذي نزل فيه الركاب) فتأكد من إدراج ذلك في خطة العمل للسائق خاصة إذا لم يكن من تلك المنطقة.
- إذا تعذر على السائق انتظارك في مكان المزار فأعطي توجيهاتك إليه للانتظار في أقرب مكان – تتفق عليه – أعطي إرشاداتك للمجموعة عن كيفية العودة إلى مكان التجمع.
- وأنت خارج الحافلة، تأكد من أن السائق على علم بالآتي :

١-كمية الوقت المستغرق في الزيارة.

٢-أماكن دورات المياه والخدمات الأخرى.

٣- أقرب المطاعم أو الكافتيريات بالمنطقة.

٤- أماكن انتظار الحافلات.

٥- موعد ومكان التجمع.

٦- نقطة الزيارة التالية.

قبل مغادرة الحافلة عليك إخبار المجموعة بالتالي :

١-الوقت الحالي طبقا لساعتك.

٢- المكان الذي سوف يتجمعون فيه.

٣- الوقت المخصص للزيارة.

٤- موعد عودة المجموعة إلى الحافلة.

٥- مكان انتظار الحافلة.

٦-موعد مغادرة الحافلة لمنطقة الزيارة.

٧- نقطة الزيارة التالية.

تأكد من أن الجميع على علم بعدد الحافلات وأسم الشركة والعنوان والهاتف حتى إذا ما ضل أحد أفراد المجموعة الطريق يستطيع أن يصل إليك أو إلى الشركة.

- ضع في اعتبارك دائما أن مدير الرحلة (أو مصمم الرحلة) هو المسؤول عن اختيار الزيارات، أوقاتها، واختيار المطاعم وكافة التفاصيل الخاصة بالرحلة.

الإرشاد في رحلات التجوال (السير على الأقدام)

- ابدأ الرحلة بإعطاء المجموعة فكرة عامة عن التفاصيل الخاصة بالرحلة : خط السير، مدة الرحلة، المسافة التي سوف تقطعها المجموعة، الأماكن والأشياء التي سوف يمرون عليها، أقرب وقفة أو استراحة على الطريق، موعد العودة... الخ.

- أخبر المجموعة بوجهتك، وكيفية الوصول إليها، وأين وكيف يمكنهم الوصول إليك في حالة تفرق المجموعة.

- أعرف عدد المجموعة، التزم بحصر المجموعة من آن لآخر، وضع في اعتبارك أنه من الطبيعي اعتذار البعض من البداية عن الاشتراك في رحلات السير على الأقدام.

- عندما تنوي إنزال المجموعة من الحافلة إلى الشارع، فعليك أن تتبع – أنت ومعاونيك – خطوات معينة لتأمين سلامة المجموعة كان يقف السائق بين الركاب أثناء نزولهم، ويقف قائد المجموعة بجوار الباب لتوجيه أفراد المجموعة، أما أنت كمرشد – فأحرص على الوقوف في موضع آمن (على الرصيف المقابل مثلا) حتى يراك الجميع بسهولة ويتوجهون إليك.

- حاول قدر المستطاع الإبقاء على المجموعة مترابطة مع بعضها البعض واضبط خطواتك في السير مع خطوة أقل أفراد المجموعة سرعة على أن لا تكون أبطأ من اللازم، ففي هذه الحالة يجب أن تكون خطواتك مناسبة وعليك أن تجعل المجموعة تسير وفقا لخطواتك في السير.

- لاحظ دائما أي شيء يمكن أن يشتت المجموعة ويبطئ سير بعض أفرادها مثل فترينات المحلات، الزهور المميزة، الجلوس على المقاعد... وغيرها مما يمكن أن يلفت انتباه المجموعة.

- كن ملما بأماكن دورات المياه وترك الوقت الكافي للمجموعة للذهاب إليها.
- عليك دائما تنبيه المجموعة لما يمكن أن تصادفه من : إشارات مرور، علامات مرورية، أماكن بناء، أراضي خشنة، أماكن أو طرق طينية، أشجار متدلية على الطريق... إلى آخر ما يمكن أن يعوق حركة المجموعة.
- لا تبدأ في الشرح قبل أن تتأكد من وصول كل أفراد المجموعة إليك ويصبحوا قريبين بدرجة كافية حتى لا تُضطر إلى رفع صوتك.
- اختر دائما مكانا مناسبا للوقوف بحيث يكون ظهرك مستندا إلى شجرة أو حائط وبالتالي يكون جميع أفراد المجموعة أمامك ليتمكنوا من الاستماع الجيد إليك.
- اختر مكان الشرح بحيث يكون خالي من الحركة المرورية التي قد تعيق عملية الشرح.
- دع مجموعتك تحصل على الخبرة من منطقة الزيارة بنفسها كلما أمكن ذلك واترك لهم الوقت اللازم للتأمل والاستماع واللمس إذا لزم الأمر.
- وجه نظرك دائما إلى أكبر عدد ممكن من أفراد المجموعة، وتأكد أن الجميع يستمعون إليك بوضوح.
- تأكد من أن الجميع يستطيعون رؤية ما تشرحه.
- إذا صادفت مرشد آخر في المنطقة، فحاول إبقاء مجموعتك بعيدة بقدر مناسب عن مجموعته وتجنب حدوث أي تداخل بينكما في الشرح.
- تأكد أن عددا كبيرا من أفراد الرحلة على دراية تامة بما تشرحه، لذلك حاول أن تبحث عما يمكن أن يلفت انتباههم.
- شجع المجموعة على طرح الأسئلة فإنها تشجع على جذب اهتمامهم.

- إذا تعذر عليك الإجابة على سؤال ما، فكن أمينا معهم ولا تتردد في إخبارهم بأنك لا تعرف الإجابة، ولكن يجب أن تبحث عن أي إجابة لذلك في أقرب وقت ممكن بسؤال أحد المرشدين الآخرين من زملائك أو الاستفسار من أحد المتخصصين في المواقع أو اللجوء إلى الكتب والمراجع المتاحة بالمكتبات.
- احصر عدد أفراد المجموعة قبل التحرك إلى أي نقطة أخرى وتأكد من عدم تدخل أحد.
- تأكد من أن جميع أفراد المجموعة على علم بمكانك، والوقت المخصص للتجوال والمشاهدة الحرة، وعليك إخبارهم بالنقطة التالية، الطريق الذي سوف تسلكه ووقت التواجد بها، ووقت مغادرة المكان والنقطة الأخيرة للرحلة ... الخ.
- عليك دائما بمراقبة الوقت، وتذكر الوقت المخصص لهذا المزار، وعدد المزارات الباقية للزيارة.
- كن دائما مستعدا فالإرشاد في رحلات السير على الأقدام يحتاج إلى كم من المعلومات أكثر بكثير من تلك المطلوبة في رحلات الحافلات السياحية.

الإرشاد في المكان السياحي On-Site Tours

- قد تجد في أحد الأماكن مرشد خاص بذلك المكان، فعليك احترام ذلك ومحاولة التنسيق والتعاون معه، وإذا أصر على الشرح فقم بتشجيع المجموعة على الاستماع إليه.
- تأكد من أن الجميع على علم بموعد التوجه إلى الحافلة السياحية وموعد مغادرتها للمكان.

- أخبر المجموعة بأماكن دورات المياه، المطاعم، الكافتيريـــات، التليفونـــات، محلات الهدايا،... مع التأكيد لهم بأنك سوف تترك لهم الوقت المناسب للتوجه إلى تلك الأماكن في نهاية الرحلة؟

- حذر المجموعة من حالة وجود أية عقبات مثل (ضيـــق الطــرق، أراضـــي ممهدة).

- حذر المجموعة في حالة وجود نشالين أو أي أخطار قـــد تـــهدد ســـلامتهم، وعندما تكن مستعدا للشرح عليك باتخاذ مكان مناسب بحيث يكـــون ظـــهرك مستندا على حائط أو شجرة وتكون أعلى بدرجة أو اثنتيـــن عـــن مســـتوى الأرض حتى يتمكن كل أفراد المجموعة من رؤيتك ولا يستطيع أحد الوقـوف من خلفك.

- اختر مكان لا يتم فيه الاختلاط مع مجموعات أخرى.

- عندما تكون في منطقة تضم أكثر من مزار فعليك بإخطار المجموعة بذلـــك وبالطريق الذي تنوي أن تسلكه داخل المنطقة لزيارة جميع المزارات، وأيـــن سوف تنتهي الزيارة؟

- عندما يكون الأثر الذي سوف تقوم بشرحه داخل حجرة ومبنى ضيق صغـــير فعليك بشرح المكان قبل الدخول إليه.

- أثناء السير يمكن دائما أن يحدث ما يجذب انتباه المجموعة من شكل ، لـــون معين، صورة، رائحة، فترينة محل معين..الخ، في هذه الحالة عليك بتنظيـــم خطواتك بحيث تسمح للمجموعة بتأمل ما يجذبهم.

- عليك دائما بالنظر خلفك للتأكد من قرب المجموعة منك.

- لا تدع أحد من أفراد المجموعة يسبقك، لأنك إذا ما وقفت في مكان مـــا أو دخلت مبنى معين قد يتأخر أو يضل الطريق.

- عندما يضل أحد الأفراد الطريق، عليك بإخبار قائد الرحلــــة علـــى الفــور، وسوف يعين من يبحث عنه ولكن تأكد دائما من أن قائد الرحلـــة ومســاعدة على دراية تامة بخط سير الرحلة، ومكان تواجد الحافلـــة وموعــد تحركـــها والنقطة التالية للرحلة.
- عند ركوب أفراد المجموعة في الحافلة ، قم بحصرهم أثناء الركوب.
- كن ملما بالقواعد والقوانين الخاصة بالمزارات تجاه المجموعات السياحية مثل : مواعيد الزيارة، الطرق المخصصة لسير المجموعات داخل المزار... الخ.
- كن على علم بالطاقة الاستيعابية للمكان بالنسبة لحجم المجموعة المصاحبـــة لك، وتأكد من توافر العمالة الكافيـــة داخـــل المـــزار واللازمـــة لمســاعدة مجموعتك.
- إذا كان المكان أصغر من أن يستوعب المجموعة كاملة، فعليك بشرح المكـان من الخارج ثم توجه إلى المزار التالي وأخبر مدير الرحلة بذلك ليتخذ القــرار المناسب.
- بعض الأماكن لا تسمح بدخول المجموعة مع المرشد المصاحب لها ولا توفر مرشد خاص بالمكان، ففي هذه الحالة عليك بشرح المكان من الخارج وإخبار المجموعة بما يمكن أن يشاهدونه بالداخل وأين يجدون ذلك (في أي غرفـــة، أي سقف وأي جانب ...).
- حذر مجموعتك دائما من الآتي : لمس المعروضات، الأماكن المحظور بـــها الطعام أو الشراب أو استخدام الكاميرات.
- إذا عاملت المزار بحرص وعناية سوف يرحب بك في أي وقت.

العمل مع رحلات الطلاب

بما أن كثيرا من المدن والمواقع حول العالم توفـــر بيئـــة تعليميـــة مثاليـــة للأطفال في مختلف الأعمار، يزداد عدد رحلات الطلبة بشكل مثير، وتحاول الكثـير

من المدارس والمدرسين أن يدخلوا رحلة في مناهجهم ويطلبون تزويدهـــم بدليـــل خلال هذه الرحلة بشكل خاص.

وتبقى قيادة الطلاب الشباب بالنسبة لبعض الأدلاء السياحيين صعبة جـــدا. فهم يظهرون تحديات خاصة بصدد النظام والدافع ومستوى الاهتمام. بالإضافة إلى ذلك يتم إعداد الكثير من رحلات الطلبة لتكون لساعات أطول لتجنب الإقامـــة فـــي الفنادق، ولتحقيق ذلك، يجب أن يكون الدليل ماهرا في توجيه الأســـئلة واســـتعمال تقنيات أخرى. وهكذا يتم تصور الأدلاء الذي يوجهون باستمرار أسئلة إلى الطلبـــة كأدلاء ينزلون إلى مستوى الطلبة، وتواجه الأدلاء الذين لا يتصلـــون أو يـــهتمون بمصالح الشباب صعوبات في الوصول إليهم أو بتقديم رحلة فعالة ونادرا ما يســـافر الطلبة بدون مرافقين .ومع أن الأدلاء لديهم فرصة ليكونوا مسئولين عن خلق جـــو الرحلة، يفضل كثير من الأدلاء أن يراقب المرافقون سلوك الطلبة وهنـــاك أســـباب عديد معقولة لذلك.

فبالنسبة لأحدهم يكون المرافقون ،عادة معلمون أو أباء، مألوفين أكثر للطلبة ولهذا يكون لديهم رؤيا أكثر من مقدرتهم وسلوكهم. كذلك يتحمل المرافقون مسؤولية كبيرة عن الطلبة، وكنتيجة لذلك، يتم إعداد الطلبة ليتكيفوا مع المعايير الرسمية عـــن طريق المرافقين.

ويعتمد المدى الذي يتوقع أن يهذب فيه الدليل مجموعة من الطلبـــة علـــى السياسات الرسمية المتبعة بين الدليل والمرافقين، وفي كثير من الأحيان سوف يطلب من المعلمين المرافقين للطلبة أن يبقوا صامتين عندما يتحدث الدليل أو أي شـــخص إليهم.

وبالممارسة، يبقى المسيطر بين عدد قليل من شركات رحلات الطلبة التـــي تعرض رحلاتها على المعلمين، الشركة التي تقدم الدليل كمرافق. وتعرض بعـــض هذه الشركات رحلاتها في بداية العطلة على المعلمين لتشجيعهم على تخصيص يـــوم

أو أمسية بعيدا عن الطلبة ليستمتعوا بالمنطقة، وعلى كل حال تبدو هذه الممارسة ضعيفة.

نموذج التهذيب للطلبة خلال الرحلات يشتمل مناقشة الأنظمة مسبقا مع جميع الطلبة قبل بدء الرحلة ويعرف الطلبة أيضا النتائج التي ستواجههم إذا ما انتهكوا القوانين والأنظمة، و كذلك إمكانية الحصول على مكافآت إيجابية يمكن أن يكسبوها إذا ما تمت الرحلة بسهولة ويسر. والقوانين العامة تشمل:

١- الاتجاهات المحددة للمرحلة الأولى.

٢- دائما كن في الوقت المحدد.

٣- حافظ على كل ما يخصك.

٤- لا تترك مهملات.

٥- مراعاة جميع القوانين وأنظمة المدرسة المتعلقة بالعقاقير والكحول والسرقة والتخريب المتعمد للممتلكات الخاصة والعامة. ويمكن تحديد أنظمة لمراعاة معايير الذوق واللباقة.

ويترتب على انتهاك القوانين مثلا:

١- في حالة التأخير تتركه الحافلة.

٢- خسارة وقت الرحلة.

٣- إجراء مكالمات هاتفية مع الوالدين.

٥- إبعادهم من الرحلة وإعادتهم إلى أهلهم.

الفصل السادس عشر

إدارة الرحلات السياحية

Managing Tours

ઉ80ઈલ

التخطيط قبل الرحلة

لتحقيق تخطيط فعال قبل القيام بالرحلة يحب عمل الآتي :

١- اقرأ وراجع كافة المعلومات المرسلة إليك من قبل الشركة عن الرحلة.

٢- حاول استيعاب خطة العمل واحفظها في ذاكرتك مع اسم ومكان الزيارة على خريطة والاحتفاظ بها في ذهنك ويمكن من خلالها حساب أوقات القيادة المطلوبة أثناء الرحلة.

٣- تعرف على أي اختلاف بين دليل الرحلة المقدم للسائح وبين خطة العمل الفعلية، فغالبا ما يهمل مصمم البرامج السياحية تلك التناقضات ولكن الأمر مختلف مع المسافر.

٤- يجب وضع الترتيبات اللازمة للحصول على مبلغ من المال كاف لمواجهة أية طوارئ قد تحدث أثناء المراجعة.

٥- حاول الحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات عن المجموعة قبل الرحلة.

٦- تأكد من تنظيم أوراقك الخاصة بالرحلة، فسوف يساعدك ذلك كثيرا أثناء الرحلة وبعدها.

٧- حاول الانتهاء من أية أعمال مكتبية بعد انتهاء الحركة على الفــور وبالتــالي تستطيع الحصول على مستحقاتك المالية.

٨- قم بإعداد تقارير عن أية مشاكل قد تصادفها أثناء الرحلة وخاصة فـــي حالـــة حوادث أو إصابات أو ظهور شكاوى من بعض المسافرين.

إجراءات الوصول (إجراءات المطار)

عند استقبال مجموعة في المطار فهناك كثير من المهام التي يجـــب عليـــك القيام بها على أن تضع في الاعتبار أن كل فرد في المجموعة متشوق للخروج مـــن المطار وركوب الحافلة السياحية في أسرع وقت ممكن ولذلك يجب اتباع الآتي :

١- رحب بالمجموعة باستخدام لوحة منظمة وجذابة تحمل اسم المجموعة.

٢- استفسر عن أخبار الرحلة من المسافرين.

٣- قدم إلى المجموعة معلومات مختصرة – ومحددة في نفـــس الوقـــت – عـــن الإجراءات الواجب اتباعها في الوقت الحالي.

٤- إذا قابلت المجموعة عند الباب، أخبرهم بمكان سير الحقائب والأمتعة وأتجـــه إليه على الفور.

٥- اطلب من المسافرين الانتظار حول سير الحقائب والأمتعة تحسبا لأية تعليمـــات أو توجيهات أخرى.

٦- اخبرهم عن مكان دورات المياه.

٧- بعد الانتهاء من تعداد جميع القادمين توجه بهم إلى الحافلة.

الإجراءات في الفندق

عند الوصول إلى الفندق عليك باتباع الآتي :

١- أطلب من المسافرين الانتظار في الحافلة لحين إحضار مفاتيح الغرف.

٢- استعلم من الاستقبال عن أماكن المصاعد ، المطاعم، حمام السباحة، وباقي مرافق الفندق.

٣- تأكد وراجع قائمة التسكين واحتفظ بصورة منها وذلك لتفادي أية أخطاء.

٤- اطلب من الحمالين الإسراع في مهمة نقل الحقائب.

٥- انتظر في صالة الفندق أو غرفتك مع إخبار المجموعة عن مكانك لفترة نصف ساعة على الأقل بعد التسكين تحسبا لأي مشكلة أو سؤال قد يطرأ على أحد أفراد المجموعة.

استغلال الوقت داخل الحافلة

١- إذا كانت الرحلة بالحافلة طويلة فعليك التفكير مسبقا عن كيفية الاستفادة في هذا الوقت. بعض المرشدين يحبذون استغلال الوقت في التعليقات أو الترفيه ولكن في واقع الأمر فإن كثير من السائحين يفضلون تأمل ما يشاهدونه من مناظر، إذا أمكن ، أثناء مرورهم من خلال النظر من نوافذ الحافلة أو الحديث مع بعضهم البعض أو القراءة أو النوم والاسترخاء قليلا.

٢- أحضر معك مجموعة شيقة من الكتيبات أو الأشعار أو القصص الخاصة بالمنطقة.

٣- في الرحلات الأكثر طولا، يمكنك تشجيع السائحين - بدون إجبارهم على ذلك- على القيام بتقديم أنفسهم وإعطاء نبذة بسيطة عن حياتهم مع ذكر أسباب قيامهم بتلك الرحلة.

٤- عليك مراعاة القيام بوقفات كثيرة للحافلة وذلك للراحة أو الطعام أو اســـتخدام دورات المياه.

تعديل خطة العمل أثناء الرحلة

- قد يتطلب الأمر منك في بعض الأحيان إحداث تغير في خـــط ســـير الرحلـــة، وعليك – كمرشد- توقع حدوث أي طارئ أو مفاجآت غير سارة أثناء الســـفر مثل : تقلبات الطقس أو المرور، والمرض أو فقدان أحد المسافرين، أو غلـــق أحد المزارات لأسباب خاصـــة، أو تعطـــل الحافلـــة. وتختلـــف ردود أفعـــال المسافرين إزاء ذلك فمنهم من يقدر ذلك ويتعاطف مع المرشـــد ومنـــهم مـــن يصاب بالإحباط لعدم تمكنه من زيارة الأماكن التي دفع ثمن زيارتها مقدما.
- عليك الالتزام بزيارة الأماكن التي قام أفراد الرحلة بدفـــع تكـــاليف زياراتـــها خاصة المشهورة منها والمدرجة بكتيب الرحلة.
- حاول الالتزام بدقة المواعيد أثناء الرحلة، وفي حالة تأخرك في الطريق قليـــلا لأي ظرف طارئ حاول الاتصال بالمكان التالي وتأكد من استعداده لاستقبالك.
- تمتع بالمرونة الكافية عند إجراء أي تغيير في خط سير الرحلة سواء كان ذلـــك تغيير في الطريق، أو في المواعيد أو زيارة مكان آخر وذلك حتى تهدأ الحركة المرورية.
- تأكد من خلال متابعة الصحف اليومية والتلفاز من عدم وجـــود أي معوقـــات بالطرق التي سوف تسلكها أثناء الرحلة.
- في حالة وجود مدير للرحلة أو قائد للمجموعة، عليك دائما باستشارته عنـــد أي تغيير أو تعديل وذلك لأن التعديلات دائما ما تكون من اختصاصهم.
- يجب عليك إخطار سائق الحافلة عن أي تغيير أو تعديل أثناء الرحلة.

- في حالة وجود خطة مكتوبة للرحلة عليك بإعلان التعديل على الجميع ويمكن أن يتولى هذه المهمة قائد الرحلة (إن وجد).
- في حالة تعطل الحافلة، عليك بأن تقود المجموعة إلى أقرب مكان يوجد به مواصلات عامة أو إلى مكان آخر توجد به حافلة أخرى.
- كن على علم بالمطاعم التي تقدم أنواع الطعام بأسعار متقاربة.
- كن على علم بأماكن التسوق أو الترفيه.
- إذا فقد أو تأخر أحد أفراد المجموعة (أترك مدير الرحلة أو شخص مكلف من قبلة لانتظاره أو البحث عنه) ثم تأكد أن هذا الشخص يعلم كيف يستطيع الوصول إليك ويعلم وجهتك التالية، وكم من الوقت ستمكث هنالك.

التعامل مع المسافرين ذوي الاحتياجات الخاصة

من أهم الاتجاهات المختلفة بين المسافرين ذوي الاحتياجات الخاصة ما يلي:

- تزايد الرغبة في السفر.
- يجب أن تكون أماكن الزيارة مناسبة لهم.
- السائحون ذوي الاحتياجات الخاصة ينتظرون دائما من المرشدين المحترفين خدمة أفضل.
- ظهور الشركات المتخصصة في سياحة ذوي الاهتمامات الخاصة.

أهم الإعاقات المعروفة

- إعاقة سمعية (صعوبة السمع أو فقدانه)
- إعاقة بصرية.
- إعاقة حركية.

- إعاقة فكرية.
- مرض نفسي.

إرشادات لمعاملة السائحين ذوي الاحتياجات الخاصة

١- الصبر.

٢- الاتصال المباشر والدماثة وتقدير المواقف.

٣- اعرض التعاون دون إظهار الشفقة.

٤- ناقش احتياجاتهم معهم ثم مرافقيهم.

٥- ابحث دائما عن السائحين ممن يحتاجون إلى مساعدة خاصة بشكل مستمر لأن هناك بعض المعوقات الخاصة التي يصعب اكتشافها كالإعاقة السمعية.

٦- بعض الإعاقات الخاصة مثل السمع ليس من السهل اكتشافها ولذلك عليك أن تبحث دائما عن السائحين ممن يحتاجون إلى معاونة خاصة وبشكل مستمر.

الفصل السابع عشر

إجراءات الأمن والطوارئ

Emergency & Security Procedures

إجراءات الأمن والإسعافات الأولية

- شجع الركاب على مشاركتك الاهتمام بالمشاكل الصحية.
- اصطحب معك دائما حقيبة صغيرة للإسعافات الأولية في الرحلات الطويلة أو على الأقل تأكد من وجودها مع سائق الحافلة وتحتـــوي حقيبـــة الإســـعافات الأولية على :

١- أحجام وأعداد لا بأس بها من الأربطة الضاغطة.

٢- قطن طبي.

٣- محلول مطهر.

٤- كريم مضاد للبكتيريا

٥- لفات شاش كبير الحجم

٦- أسبرين

٧- مقصات

- لا تفزع، فإذا حافظت على هدوء أعصابك سوف يتمالك أفـــراد المجموعـــة أعصابهم.

- أطلب المساعدة، ويفضل أن تبقى إلى جوار المصاب وإرسال شخص لأقرب تليفون لطلب المساعدة إلى أن يكون على علم تام بمكان الحادث.
- حافظ على المصاب دافئ وأجعله مغطى جيدا.
- لا تحرك المصاب من مكانه ولكن إذا ما كان هناك احتمال أن يتعرض إلى أي أذى أطلب من الناس تحويل المرور من حوله حتى تصل النجدة.
- لا بد من أن تفكر في احتياجات المصاب والمجموعة في نفس الوقت، فإذا كان المكان الذي اضطررت للبقاء فيه فترة طويلة يسمح لأفراد المجموعة بالتجوال، فشجعهم على اكتشاف المنطقة بأنفسهم على أن يعودوا في وقت محدد وذلك لحين انتهائك من الظرف الطارئ ولكن إذا كانت إصابة المصاب بسيطة ومعه أحد – أو بعض الأصدقاء فمن الأفضل تركهم حالما يصل رجال الإسعاف لكي تتمكن من مصاحبة باقي المجموعة ولكن في هذه الحالة تأكد من معرفة المكان الذي سيتوجه إليه المصاب (رقم تليفونه أو المستشفى التي سوف يذهب إليها) وكيف سيتمكن المصاب من الاتصال بك أو الوصول إليك.
- قم بتسجيل كافة ملابسات الحادث من حيث وصف الجرح، حالة المصاب، أسماء رجال الإسعاف... سلامة الحافلة أثناء التحرك.
- عند جلوسك خلف السائق يمكنك استخدام المرآة الداخلية للسائق لمشاهدة ومراقبة أفراد المجموعة.
- عندما تكون النوافذ مفتوحة في الحافلة، عليك تنبيه المجموعة للحفاظ على الأيدي والرؤوس والأقدام داخل الحافلة.
- تأكد من أن كل فرد في مكانه قبل تحرك الحافلة، على أن يظلوا كذلك أثناء الحركة.

- لمساعدة السائق على رؤية المرآة، تأكد ألا يقف أحد الركاب بين السائق والمرآة.
- أعطي السائق توجيهات مناسبة حتى يتمكن من الخروج من أي مأزق أثناء القيادة، أمهله وقتا كافيا لكي يستطيع الوقوف أو الانعطاف أو تغيير الاتجاه أثناء السير.

السلامة داخل الحافلة

* يراعي الآتي لتحقيق السلامة داخل الحافلة :

- في حالة رحلات المدارس، تأكد من أن الطلبة يتخلصون من الأوراق والمهملات في الأماكن الخاصة بذلك لتفادي الانزلاق والحفاظ على نظافة الحافلة، وسوف يقدر السائق منك ذلك.
- إذا اضطرت للوقوف أثناء مسير الحافلة عليك التأكد من أنك ثابت في مكانك في حالة إذا ما وقف السائق أو انحرف بالحافلة فجأة.
- انظر إلى خطواتك أثناء الركوب أو النزول من الحافلة.

السلامة خارج الحافلة

القواعد المتبعة للحفاظ على سلامة المجموعة هي نفسها المتبعة مع المرشد السياحي.

* كن على دراية تامة بما يمكن أن يفسد عليك رحلتك مثل :

مداخل جديدة للمدينة أو الشوارع، أماكن بناء أو إصلاحات لم تكن موجودة من قبل، طرق مرورية جديدة سواء في الشارع أو في المزار، أشجار متدلية قد تؤذي البعض، النشالين والمتسولين في المزارات السياحية، الكسور أو الترميمات في أي مبنى. تأكد من أن السائحين يسيرون أو يقودون سياراتهم على الجانب

الصحيح من الطريق، وأنتبه للمشكلات، الخاصة بأماكن الانتظار للحافلات السياحية.

سلامة الحافلة في حالة الطوارئ

على المرشد أن يكون على دراية بالآتي :

١- سلامة فرامل الطوارئ ومكانها.

٢- طفاية الحريق (مكانها، وطريقة استعمالها).

٣- مخارج الطوارئ للحافلة.

٤- مفتاح الباب.

٥- مفتاح التشغيل ومكانه.

٦- إشارات الانتظار في الحافلة (رباعي التشغيل أو الفلاشر).

إذا حدث ظرف طارئ للسائق فعلى المرشد الاستعانة بفرملة الطوارئ بعد التأكد من أن جميع الركاب في أماكنهم، ثم إطفاء محرك السيارة وإشعال أضواء الانتظار في السيارة (الفلاشر).

الفصل الثامن عشر

تدريب الدليل السياحي

Training of Tourist guides

ඏ෴෴ೃ

الدليل السياحي يعتبر أحد العناصر الرئيسية في صناعة السياحة ،ويشكل أداة ربط مباشرة بين السائح والمقومات الثقافية، التاريخية، الاجتماعية والحضارية للبلد. العناصر السياحية الأخرى، مثل النقل والإيواء ، تعتبر وسائل لجذب السائح لمشاهدة المقومات السياحية الرئيسية. مهمة الدليل السياحي هي تفسير وشرح هذه الآثار والمقومات وجميع الجوانب المتعلقة بالسائح ووجوده في البلد، يبين العادات والتقاليد للسائح، السياسة والتاريخ، الدين والفلسفة، الرقص، الرسم والفنون والأدب، الاقتصاد والتطور العلمي، التعليم، السكان وتنظيم الأسرة، ...الخ.

الدلالة السياحية هي حرفة جزئية تتطلب معلومات تاريخية وطلاقة في اللغة لاستضافة السائح وتقديم الخدمات والتسهيلات بأسلوب شخصي ومباشر حول البلد المقصود، وحسب حاجة وتوقعات السائح نفسه.

الدليل هو من يقوم بتوجيه السائح والذي يكون لديه إلمام بالأماكن المنوي زيارتها بشكل خاص وبالأمور والجوانب السياسية، الاجتماعية، الثقافية والتاريخية للبلد بشكل عام. إذن الدليل السياحي هو الشخص الذي يمتلك المعرفة والتدريب المهني والذي يتم استئجاره من قبل السائح أو السياح لإرشادهم في معرفة وتقدير الأماكن والأشياء التي يتم زيارتها خلال رحلاتهم. فهو كالموسوعة الحية ووظيفته تشبه وظيفة السفير، وفي كثير من الأحيان يسمى بالسفير غير الرسمي للبلد.

الدليل السياحي يلعب أهم دور في الحياة اليومية للسائح، لأنه هو وحده الشخص الفردي الذي يقضي أغلب الوقت مع السائح خلال مشاهدته للمناظر الطبيعية ومواقع الجذب السياحي. لذا، فإن الدليل السياحي يجب أن يفهم بشكل جيد حاجات السائح وان يشعر بالفخر بمهنته ومساهمته في بناء سمعة طيبة وصورة ذهنية جيدة لبلده خارج حدودها من خلال السياح الذين يلتقي بهم.يجب أن يحافظ على هيبته ومركزه وأن لا يضغط على السائح للتسوق في أماكن معينة بغية الحصول على عمولة من أصحاب المحلات .لكن بالمقابل يجب أن يحوز على احترام وتقدير السياح.

التدريب هو فقط قاعدة أساسية يحتاجها الدليل، لكنه يجب أن يتعلم ويعرف الكثير حول الأشخاص والأماكن في العالم الخارجي وأن يوسع من مظاهر معرفته لحد يجعله يتكلم مع السائح في أي موضوع. خلال زيارته،'يحفز ويرغب السائح بمعرفة حضارته، سياسة واقتصاد البلد وكذلك عن الحياة الدينية والروحية للأفراد. والدليل هو الشخص الذي يمكنه الإجابة عن هذه التساؤلات وغيرها التي يطرحها السائح، ربما من باب الفضول.

يجب أن تتوفر في الدليل السياحي قدرات تقديم وعرض المواضيع الهامة بطريقة لبقة ومشوقة، يتحلى بالمجاملة والاحترام ،اللطف والأدب للسائح، وهذا ما يتكلم عنه السائح باستمرار من حسن ضيافة واحترام.

والدليل هنا يجب أن يبعد عن الشعور بالأنانية وأن لا يهتم فقط بمصلحته، بل يهتم بالمصلحة العامة للبلد وتعزيز الجوانب الإيجابية والتخفيف من الجوانب السلبية ما أمكن.

العوز إلى التدريب المناسب هي أكبر معوقات القطاع السياحي. السياحة الحديثة تحتاج لبرامج تدريب متخصصة تتناسب مع متطلبات العصر. من حيث التعليم، هناك برامج دبلوم سنة إلى ثلاث سنوات ،كما أن هناك درجات جامعية في

السياحة والإرشاد السياحي وفي بعض الجامعات هناك برامج ماجستير في السـياحة يؤهل خريجيه كأدلاء سياحيين، منظمو رحلات سياحية، إدارة الخدمات، إدارة الحياة الحيوانية البرية وبرامجٍ خاصة بالتذاكر والحجوزات.

المؤهل العلمي متطلب أساسي، المعرفة والإلمـام بـالجوانب الحضاريـة والسياحية هام وضروري وكذلك هو الحال بالنسبة للغات الأجنبية.

الأولوية تكون لحملة شهادة جامعية في التاريخ، الآثار أو اللغات الأجنبيـة، وبعدها يكون هناك برنامج تدريبي لعدة شهور لتأهيل الأدلاء السياحيين ويشمل:

- الآثار والمعالم التاريخية، أصلها وتاريخها ومظاهرها
- تصنيف الفنادق والجوانب المختلفة لها
- وظائف ونشاطات وكالات السياحة والسفر
- المظاهر العامة للعادات والتقاليد الاجتماعية والثقافية
- الجوانب الاقتصادية وبرامج التنمية المستديمة
- الحياة البرية، وحياة الغابات
- الرقص الشعبي والفلكلور
- الإجراءات والتسهيلات الجمركية والسياحية
- اللغات الأجنبية
- الفيزا أو التأشيرة
- إجراءات الجمارك
- وسائل النقل
- النقل الجوي وتعليمات منظمة IATA

- النقل البحري والبري
- حسومات خاصة للسياح
- الأغذية والمشروبات الشعبية.

يتم تنظيم رحلات خاصة للمرشحين لاصطحابهم للمعالم الأثرية والتاريخية، مشاهدة المناظر الطبيعية،...الخ .كذلك المعلومات الموثقة تكسبهم دراية وخبرة للتعامل مع السائح. بعد اجتياز الامتحان المخصص في نهاية الدورة يتم اعتماد الدليل السياحي وتسجيله وتحرير بطاقة يتم حملها في جميع الرحلات.

كذلك في بعض الدول تنظم المؤسسات السياحية دورات إنعاش refreshment courses لتقديم أحدث المعلومات لهم مرة في العام وتشمل هذه البرامج العاملين في مراكز الزوار الذين يقدمون معلومات سياحية للزائر.

الفصل التاسع عشر

إيرادات الدليل

Earnings of Tourist Guides

هناك تنوع واضح في دخل الدليل السياحي كما هو التنوع فــي النشــاطات التي يقوم فيها ، ويتأتى الدخل للدليل السياحي من خلال :

1-Rates

أجر يتم تحديده من المؤسسات السياحية الرسمية

2-Food & Accommodation

وجبة / وجبات طعام في الرحلة اليومية وبدل مبيت إذا استمر لليل

3-Foreign language allowance

أجر على الساعة أو اليوم لمن يتكلم أكثر من لغة أجنبية في العادة البخشيش ورسوم الدخول يتم دفعها من قبل السائح مباشرة أو من خلال وكالة السياحة والسفر.

الفصل العشرون

الدلالة السياحية في الأردن

Tourism Guiding in Jordan

ଓଃଛ

لقد أصبحت السياحة الوافدة إلى الأردن، أحد أهم أعمدة وروافد الاقتصاد، لما تشكله من دخل اقتصادي يساهم في رفع مستوى الدخل القومي، وبالذات من العملات الصعبة، هذا بالإضافة إلى التخفيف من نسبة البطالة بين الشباب الأردني من خلال توفير فرص عمل متعددة ومختلفة.

ولعل من أهم المهن السياحية على الإطلاق، مهنة الدليل السياحي وذلك للأسباب التالية:

١. الدليل السياحي هو وجه الوطن الذي يمثل أبناء الشعب بمختلف اتجاهاته وأفكاره وعاداته، حيث أنه قد يكون الشخص الوحيد الذي سيتعامل معه الزائر بصورة مباشرة وشخصية ، وعليه أن يكون مقنعا وذا شخصية قوية ليؤثر على الزائر وأن يكون اجتماعيا ويتحلى بالصبر واللباقة والمظهر اللائق .

٢. الدليل السياحي هو الشخص القادر على تنفيذ توجهات الشركة المستضيفة وهو الذي عليه واجب مراقبة الخدمات التي يجب توفيرها لراحة الزائر من قبل تلك الشركة.

٣. الدليل السياحي هو صلة الربط الوحيدة بين شركات السياحة وشركات النقل السياحي والسواقين والمطاعم والفنادق ومختلف المرافق السياحية والوطنية وهو

الذي يمكنه من خلال ربط العناصر الناجحة لكل تلك المرافق من إعطاء الصورة المطلوبة وإنجاح الرحلة بشكل عام أو إفشالها.

٤. الدليل السياحي، وبحكم طول المسافة وطول المدة التي يتعامل بها مع الزائـــر، فهو الوحيد الذي قد يغير من المفاهيم الخاطئة عن الوطن ويعطي الصورة الجيدة التي تدفع بهؤلاء الزوار إلى تشجيع غيرهم على القدوم وزيارة هذا البلد أو ذاك.

٥. الدليل السياحي هو صمام الأمان لحل جميع المشـــاكل والمصـــاعب بصـــورة تضمن سلامة وحسن الخدمة المقدمة للزائر، وعليه مسئولية تذليـــل الصعـــاب، وبصورة لا تشعر الزائر بوجود مشكلة، أو توفر القدرة لحل مشكلة ما.

ومن أجل ذلك كله، فلقد حرصت وزارة السياحة حين اختيارهـــا لـــلأدلاء السياحيين الأردنيين أن تتوفر فيهم الصفات التالية كأساس لعملهم:

١. أن تكون الخلفية العلمية متناسبة وطبيعية هذا العمل، كمثل أن يكـــون الدليـــل السياحي يحمل على الأقل الشهادة الجامعية الأولى في دراسات مثـــل التـــاريخ، الآثار، الجغرافيا، الجيولوجيا واللغات وغيرها...

٢. ولأن اللغة هي العنصر الأساسي في هذه المهنة فلقد كان من الواجب أن يتمتـــع الدليل السياحي بطلاقة التحدث بإحدى اللغات العالمية أو بمجموعة منها.

٣. وأن تكون السوية الصحية لدى الدليل مرتفعة كون هذه المهنة تعتبر من المـــهن المرهقة جسديا ، فان هذا يتطلب أن يكون الشخص المتقدم لـــــها فـــي أعلـــى درجات الاستعداد الصحي والجسدي.

ومن أجل رفع سوية هذه الخبرات والخلفيات المتعددة وصقلها فــــي بوتقـــة واحدة تشكل دليلا سياحيا متميزا ، فقد عقدت وزارة السياحة مجموعة من دورات الإعداد والتأهيل وأجرت عددا من الاختبارات لكل من يريد العمل أو يعمل حاليا في هذه المهنة وذلك من أجل:

١. توفير قاعدة معلومات موحدة حول مجمـــل الأفكــار والمعلومــات التاريخيــة والعلمية والسكانية والاقتصادية والطبيعية والبيئة ومختلف المجـــالات، تضمــن توفير المعلومة الصحيحة الواضحة بين كل الأدلاء .

٢. تدريب الأدلاء على مختلف المهارات اللغوية و المعلوماتية والجسدية و النفسية التي تضمن لهم النجاح في هذه المهنة .

٣. إبقاء الأدلاء على اتصال وإطلاع مستمر على مســـتجدات الأمــور المتعلقــة بالسياحة لرفع سويتهم لمواكبة التطورات .

أما عن اللغات التي يجيدها الدليل السياحي الأردني فهي تشمل الإنجليزية والفرنسية والألمانية بالإضافة إلى العديد من اللغات الثانوية الأخرى مثل الإيطالية والأسبانية والروسية واليونانية واليابانية .



التسهيلات السياحية

TOURISM FACILITIES

الفصل الأول

مقدمة في الإرشاد السياحي والتسهيلات السياحية

An Introduction

ぐ

مرت السياحة بعصور تاريخية مختلفة ، حيث شهدت أبان تلك العصور ظروف ومشاكل كانت تعترض الكثير من فئات المجتمعات من دول العالم ومنها عدم معرفتهم بلغات وطبائع البشر ومشاكل الطرق والنقل وظروف المناخ إضافة إلى أمن الأفراد والمسافرين. لذا اقتصرت السياحة على طبقة معينة من الناس(البرجوازيين) استعانوا في المراحل الأولى بأناس آخرين لهم معرفة ودراية بالأماكن المنوي زيارتها، اصطحبوهم خلال رحلاتهم بقصد زيارة بعض المواقع التاريخية أو الدينية أو بقصد التجارة ، لتقديم الخدمات اللازمة أو للحفاظ على سلامتهم من مخاطر السفر و إرشادهم في المجالات التي ليس لهم دراية أو خبرة كافية بها. وبما أن الحركة السياحية كانت تقتصر على الطبقة البرجوازية أو أصحاب الجاه والنفوذ الذين تمكنوا من تحمل أعباء وتكاليف السفر فقد استمر هذا الحال بمساعدة هؤلاء الناس الذين كانت لهم معلومات عامة عن أحوال الطرق وطبائع البشر والذين أطلقت عليهم تسميات عديدة مع ازدياد حجم طرق القوافل القديمة وأغراض السفر وتوفر السبل المتعددة.

يقصد بالإرشاد السياحي أنه عملية توجيه لفئات معينة من المجتمع القصد منها تقديم التسهيلات والخدمات الضرورية عن حقول المعرفة . وقد أخذ علم الإرشاد يتطور حديثا حيث صاحب العديد من العلوم. ففي العديد من المجتمعات

الريفية على اثر القيام بعمليات توجيه وتوعية لفئات السكان في هذه المناطق تم إطلاق تسمية إنعاش ريفي على مهنة الإرشاد فيها.

وفي المناطق الأخرى التي تحتاج إلى دراسة طرق حديثة لعلم الزراعة فإن الإرشاد الزراعي يقوم بتقديم الخدمات إلى الفلاحين إضافة إلى الإرشاد الصحي والتربوي الذي أخذ يدرس في المؤسسات التربوية لتطعيم برامج التعليم بمواد ومواضيع متخصصة بالدراسة السلوكية للأطفال حيث من الصعب اختيار أناس متخصصين لهذه المهنة. وقد تطورت صناعة الإرشاد السياحي إلى علم متخصص بعد أن كان يقتصر على معرفة بسيطة ببعض الأمور (عارفة أو دليل بطرق النقل) أما اليوم فنرى أن بعض الجامعات والمعاهد تدرس هذه المهنة وتمنح شهادة لمن يجتاز متطلباتها.

الفصل الثاني

التسهيلات السياحية

Tourism Facilities

ꕥ

بحث هذا الموضوع من قبل المؤسسات السياحية الرسمية وشبه الرسمية وخاصة بعد فترة الحرب العالمية الثانية نظرا للتطور الذي شهدته حركت السياحة الدولية في مختلف دول العالم، وكان دور المنظمات الدولية رائدا في هذا المجال حيث تم اتخاذ العديد من القرارات والتوصيات أثناء الاجتماعات الدورية التي نظمتها أو أشرفت عليها هذه المنظمات، وعلى رأسها منظمة السياحة العالمية WTO حيث تم تنظيم المؤتمر السياحي العالمي الذي عقد بدعم من الأمين العام للأمم المتحدة وتم تخصيص جلسة خاصة لبحث القضايا السياحية المختلفة والتي شملت التسهيلات السياحية وتعزيز الحركة السياحية سواء المحلية، الإقليمية، أو الدولية منها. وتشمل التسهيلات السياحية جوانب مختلفة أهمها:

١. التسهيلات المتعلقة بالجوازات

لقد نظرت العديد من المنظمات الدولية والإقليمية إلى عقد ندوات ومؤتمرات لاتخاذ القرارات والتوصيات لتسهيل أمور انتقال المسافرين والسياح عبر الحدود السياسية وكانت أولى الخطوات عام ١٨٤١ حيث تم عقد مؤتمر أطلق عليه مؤتمر (رجال الجوازات) في نيويورك . وقد سعى الأمين العام للأمم المتحدة للمساهمة في إنجاح عقد مؤتمر دولي لبحث قضايا السياحة الدولية وأمور تتعلق بوضع الحلول للمشاكل والمعوقات التي كانت تعترض تطور السياحة وتقف حاجزا

أمام زيادة حركة السياحة الدولية. وبدعم من المنظمة العالمية والمجلس تحقق عقد أول اجتماع دولي أطلق عليه مؤتمر روما عام ١٩٦٣ وهناك أقر مشروعا طبق في غالبية الأقطار وفيه يحق للأفراد بعد بلوغهم الثامنة عشر بصورة عامة أن يحصلوا على هذه الوثيقة الرسمية passport .

٢. التسهيلات السياحية المتعلقة بتأشيرات الدخول

هذا النوع من التسهيلات كان سببا مباشرا في عرقلة أو تحديد حجم حركة السياحة الدولية والإقليمية .وقد اتخذت العديد من الأقطار تحفظ على النواحي الأمنية أو السياسية أو بصورة أوضح التحفظ على دخول الرعايا الأجانب بغرض أو آخر سواء الإقامة أو العمل . أما بعض الدول فاتخذت إجراءات أكثر صرامة من ذلك ومن ضمنها الإمبراطورية اليابانية حتى بداية القرن العشرين ومنها إجراءات منع دخول كافة رعايا دول العالم عدا الذين وطدت معهم الجزر اليابانية علاقات تجارية. وقد اتجهت الدول بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية لإيجاد صيغ للتعاون السياسي وزيادة أواصر العلاقات الدولية والاستفادة من الإمكانيات البشرية والطبيعية ومن ضمن ذلك المنظمات الدولية وعلى سبيل المثال منظمة اليونسكو حيث حثت الدول أن تستفيد في إظهار مقوماتها الحضارية بغرض تعريف المجتمع الدولي والاستفادة منها في تنمية العلاقات. أما على صعيد الوطن العربي فقد عقدت اجتماعات لمنظمات عربية رسمية وشبه رسمية لزيادة حركة السياحة والسفر بين أقطار الوطن العربي وتوج هذا التعاون بعقد مؤتمر وزراء السياحة والإعلام العرب في ٥-٨-١٩٦٩ في القاهرة واتخذت توصيات بتنفيذ حملة إعلامية دولية لزيادة تعريف دول وشعوب العالم على إمكانيات الوطن العربي والتحضر لإعلان سنة سياحية دولية عربية.من أهم تأشيرات الدخول ما يلي :

١.التأشيرات الاعتيادية :تمنح هذه التأشيرات من الدوائر المخولة بأجهزة الدولة الرسمية والعاملة خارج الحدود كالسفارات أو الدوائر القنصلية. وبعد استكمال

مراحل تقييم الطلب للحصول على هذا النوع من الفيزا يحق لحاملها دخول ذلك البلد ويمكن اعتبار المدة القانونية لنفاد تلك الفترة لمدة لا تزيد عن سنة ولا تزيد مدة إقامة السائح في البلد نفسه عن ثلاثة أشهر وتعفي حاملها من مراجعة دوائر الإقامة وتجري الترتيبات الرسمية المقابلة بالمثل فيما إذا كانت هناك رسوم إعفاءات للحصول على الفيزا .

٢.تأشيرات المرور أو العبور(ترانزيت): غالبا ما يحصل السائح أو المسافر على هذا النوع من التأشيرات وذلك لتجنب الإجراءات الرسمية الروتينية المتبعة على أن لا تكون المدة الزمنية أكثر من ٧ أيام وصلاحية نفاذ هذه التأشيرة لا تزيد عن ٣ أشهر وكذلك الرسوم المفروضة على التأشيرة لا تتقاضى أكثر من التأشيرة العادية وهذا تم الاتفاق عليه أثناء التوصيات والقرارات التي طرحتها منظمة السياحة الدولية بعد اجتماع روما الذي انعقد عام ١٩٦٣

٣.التأشيرات الاضطرارية: هذا النوع من التأشيرات يمنح للدخول إلى أقطار العالم من وجهة نظر الإنسانية والتي قد تتعرض إلى كوارث طبيعية أو بشرية.

٤.التأشيرات الدبلوماسية: حسب الاتفاقات بين الدول يمنح هذا النوع من التأشيرات للدوائر القنصلية والسفارات والملحقيات وعائلاتهم .

٥.تأشيرات سياسية: هذا النوع من التأشيرات يمنح للاجئين السياسيين ويتفق عليه مع الجهات المسئولة لدوائر القنصلية والسفارات أو بالاكتفاء ببطاقة شخصية لا تظهر التأشيرة على جواز السفر.

٦.تأشيرات الخدمة: تمنح هذه الأنواع من التأشيرات لبعض الأشخاص العاملين في دوائر الدولة والذين مضت فترة عليهم من العمل الوظيفي في دوائر الدولة. تمنح عادة لموظفي الدرجة الأولى والذين لهم امتيازات خاصة تؤهلهم وتساعدهم في أثناء حصولهم على نوعية التأشيرة من دوائر القنصلية.

٣. التسهيلات المتعلقة ببطاقات دخول السياح

اتبعت الدول نظام موحد بعد المعاناة الكبيرة التي كان يتعرض لها السياح أثناء دخولهم مناطق الحدود السياسية، فبعض الدول كانت تستغرق فترة الدخول ساعات لجمع معلومات تتعلق بالمسافر السائح وقد اقتصرت بعض الدول في حالة الترانزيت بالحصول على معلومات تهتم بالاسم والجنسية والمهنة ومحل الإقامة.

٤. التسهيلات المتعلقة برجال الجمارك

لم تكن هناك قوانين موحدة حول الأمتعة الشخصية والمواد المسموح بإدخالها إلى أي قطر بقصد السياحة أو السفر وإنما اتبعت الدول أنظمة وتعليمات حاولت الحفاظ قدر الإمكان على مصالحها القومية أو الوطنية وخاصة التي تتعلق بالتراث والعادات والتقاليد والأغراض الدينية وغير ذلك.

قد كان المسافر يدخل بعض المواد التي يعتقد بأنها ضرورية عند زيارته البلد المقصود مما يسبب مشاكل ومعوقات لإجراءات الدخول من قبل سلطات الجمارك. في عام ١٩٥٤ على وجه التحديد عقد أول اجتماع لرجال الجمارك في نيويورك وبعدها اجتماعات لاحقة في مراكز عديدة في العالم على اثر انعقاد المؤتمر السياحي الدولي العام في روما عام ١٩٦٣ واتخذت توصيات وقرارات التزمت بها الدول الأعضاء، وفيها حددت بشكل واضح جميع الحاجات الضرورية التي يستطيع السائح حملها أثناء سفره وبالتنسيق مع منظمة اليونسكو العالمية سمح لأفواج السياح باستخدام بعض المعدات البسيطة التي يمكن استخدامها والاستفادة منها في برامج الرحلات.

٥. التسهيلات المتعلقة بنقاط العبور

هذا النوع من التسهيلات يتعلق بنقاط عبور السياح للدول المختلفة ونظـــرا لازدياد الطلب السياحي وحجم الحركة السياحية وتعقيداتها فقـــد قـــامت المنظمـــات والهيئات الدولية ، الإقليمية، والمحلية بتنظيم عملية دخول السياح وخروجهم وتذليـل الصعوبات التي يواجهونها وتسهيل حركتهم. لهذا قامت العديد مـــن الـــدول بســن تشريعات وإجراءات تنظم حركة السياح عبر حدودها. من ضمن هذه الإجراءات ما يسمى بالممر الأخضر green channel والذي يسمح للمسافرين الذيـــن لا يحملـــون أمتعة خاضعة للجمرك بالمرور من خلاله تفاديا لانتظارهم وإعاقة حركة ســـفرهم. بالمقابل هناك ما يسمى بالممر الأحمر red channel والذي يتوجب على الأشخاص الذين يحملون أمتعة قابلة للجمرك بالمرور من خلاله وبيان ما يحملونه لدفع رسومه الجمركية

٦. التسهيلات الخاصة بوسائل الإعلام السياحي

بالنظر لضرورة تعريف شعوب العالم بإمكانية أي قطر من أقطـــار العـــالم الحضارية والطبيعية واستنادا إلى التوصيات التي وضعتها منظمة الثقافـــة والعلـــوم (اليونسكو) بإمكانية الاستفادة من المصادر الحضاريـــة المختلفـــة والمتنوعـــة لـــذا افترضت توصيات على الدول أن تأخذ بها عند سفر الأفـــراد والجماعـــات ومنـــها السماح بإرسال جميع وسائل الإعلام السياحي المختلفة مثـــل الأفـــلام ، الشـــرائح الضوئية(slides) والملصقات (posters) ومجلات ســـياحية وصحـــف وأي هدايـــا تذكارية تعطي انطباعا جيدا عن البلد السياحي.

٧. التسهيلات السياحية الجمركية المتعلقة بوسائل النقل

نظرا لزيادة استخدام وسائل النقل وما طرأ على ارتفاع معدلات دخول الأفراد والأسر إضافة إلى زيادة الدخل الوطني والقومي وتحسن الظروف الاقتصادية والاجتماعية ، فقد أصبحت وسيلة النقل هي واسطة ضرورية لحياة الأفراد والجماعات وأخذت تتزايد سنويا بمعدلات عالية وصاحب ذلك زيادة سريعة في إسهام العديد من السياح بحركة السياحة المحلية والإقليمية والدولية.

وكنتيجة فعلية لهذه الزيادة قامت الهيئات والمنظمات والمؤسسات السياحية والدوائر التي لها علاقة مباشرة باتخاذ إجراءات فاعلة لتبسيط انتقال هؤلاء الناس عبر الحدود السياسية, فقد عمل مؤتمر رجال الجمارك وخبرائهم المنعقد في جنيف/سويسرا عام ١٩٥٦ بعد اجتماع مؤتمر نيويورك عام ١٩٥٤، والذي أقر عددا من التوصيات الجمركية لتسهيل انتقال الأفراد مع أمتعتهم الشخصية الضرورية. وقد دعا هؤلاء الخبراء إلى توحيد الإجراءات الدولية بما يتناسب مع التقدم السريع الذي طرأ على حركة السياحة وحل جميع للمشاكل والمعوقات التي كانت تتخذها بعض الدوائر بشأن مرور وسائل النقل.

ومنها ما تطلب الحصول على رخصة استيراد أو إعطاء كفالة رسمية عن طريق ضمانات أو الحصول على موافقات أولية من الدوائر القنصلية عند حصولهم على تأشيرة الدخول. وهذا كان سببا لوضع مشاكل بوجه حركة السياحة والسفر ونتيجة لازدياد وسائل النقل على الطرق الخارجية أو المرور السريع عبر الحدود الدولية أو منافذ العبور السياسية المشروعة فقد لجأت الدوائر المعنية بالعمل على الأخذ بهذه التوصيات وتم توحيد رخصة قيادة السيارات وهو المعروف بالرخصة الدولية. كذلك توحيد دفتر السيارة أي المركبة التي يحق لحاملها أو من يخوله بقيادتها بموجب تلك الاتفاقات الدولية . وكذلك الإجراءات المتعلقة ببطاقات التأمين حيث لا يتحمل من يقود المركبة دفع رسوم عند مغادرته أو دخوله مناطق الزيارة

في الأقطار السياحية وعبر الحدود الدولية لأن بعض الدول لحد اليوم لا تعترف بهذه الإجراءات بالإضافة إلى استخدام الرخص أو الإجازات التي يحق لحامل أو مالك وسائط النقل الأخرى لأغراض الترفيه والتسلية أو السباقات الرياضية ومنها القوارب أو زوارق النزهة أو وسائل النقل التي تستخدم للإقامة المؤقتة مثل الكرفانات caravans والتي تسمح له استخدامها في المواقع المسموح بها الوقوف أو الدخول مثل المخيمات السياحية أو المواقف الخاصة أو المتنزهات أو الموتيلات.

أما بالنسبة للحافلات السياحية فقد طالب خبراء المنظمة العالمية لرجال الجمارك والهيئات السياحية الرسمية من الدوائر التجارية (استيراد-تصدير) بتسهيل عملية استيراد شركات ووكالات السفر والسياحة والمكاتب العاملة لتأجير السيارات الخاصة والتي تستخدم من قبل السياح والزائرين (Rent -A- Car).

٨. التسهيلات المتعلقة بالعملات وطرق تحويلها

تعتبر العوامل الاقتصادية من العوامل الفاعلة لدراسة حركة السياحة الدولية والإقليمية والمحلية ونظرا لارتفاع نفقات السفر والكلفة العالية التي كان يتحملها المسافر أو السائح أثناء سفره ، فقد اقتصرت السياحة على طبقة معينة من الناس لذا أطلق على المراحل الأولى لنشوء وتطور حركة الرحلات بالسياحة البرجوازية بينما أدت العوامل الاقتصادية التي طرأت على حياة المجتمعات والشعوب وخاصة بعد الحرب العالمية الثانية إلى قفزة وارتفاع عالي في سلم الحركة السياحية بمشاركة أعداد كبيرة من جماهير السياح ولمختلف أغراض الحركة السياحية لتحسن الظروف والأوضاع الاقتصادية نتيجة لحصول فئات متعددة من طبقات المجتمع على بعض الامتيازات مما ساهم في حركة السياحة الجماعية والتي أصبحت تعرف الآن باصطلاح حركة السياحة الجماهيريةmass tourism . نتيجة حتمية لزيادة قابلية الفرد أو الأسرة على تخصيص جزء من الدخل الشهري أو السنوي لاستخدامه لأغراض السياحة والسفر لقضاء الإجازات والعطل والأعياد الدينية

والوطنية .ولمساهمة تلك الفئات من الشباب والطلبة والعمال والموظفين وأصحاب الدخول الثابتة الذين لم تسمح لهم تلك الظروف الاقتصادية الباهظة الكلفة من المشاركة في حركة السياحة وإنما بالطبع نتيجة لاستخدام وسائل النقل السريع والمنظم وحركة الطيران وازدياد حركة القطارات السريعة ووسائل النقل الأخرى كالحافلات السياحية والبواخر والسفن لنقل المسافرين والسياح بأجور وأثمان أقل مما كانت عليه في المراحل الأولى.

إضافة إلى ظهور وسائل الإيواء المتنوعة كالفنادق المختلفة الأصناف والدرجات والموتيلات والمخيمات والشقق . باختصار إن الظروف الاقتصادية تصبح عامل مؤثر في تحديد السائح عند التخطيط للقيام في أية رحلة للنواحي الآتية: اتجاه الحركة السياحية ومكان الإقامة و مدة الإقامة. القوانين والأنظمة والتعليمات التي تطبقها بعض الأقطار على العملات الصعبة أثناء سفر الأشخاص الذين تنطبق عليهم شروط تعريف السائح أثناء مغادرتهم البلد عبر نقاط الحدود الدولية تتطلب حمل المسافر بعض النقود والعملات أو اتخاذ إجراءات أخرى تعويضية كبدائل يتحملها أثناء سفره ومنها حساباته ومدخراته الشخصية بالمؤسسات المالية أو مصارف تجارية كالحساب الجاري. كذلك حاولت المنظمات الدولية الرسمية كمنظمة السياحة الرسمية والاتحاد العربي للسياحة ومؤتمر وزراء السياحة العرب الذي عقد في القاهرة لأول مرة اتخاذ توصيات وقرارات بشأن تسهيل انتقال الأفراد والجماعات دون عناء وحسب ما يتوافق مع الأنظمة والتشريعات الدولية المعمول بها.

٩. التسهيلات المتعلقة بالرسوم والضرائب والإعفاءات المالية

اتخذت الدول مواقف مختلفة في سبيل الحصول على مكاسب مادية متعددة الأنواع من خلال فرض القيود والضوابط على السفر وما يتعلق بحركة السائح من نقاط العبور حتى محلات الإقامة والمتنزهات والملاهي والخدمات الأخرى التي

يحتاجها السائح كاستخدامه وسائط النقل أو الطرق العامة أو مواقع الآثار والحضارة والمتاحف إلى غير ذلك مما يتطلب نفقات باهظة من الدولة ، لذا يتم استيفاء رسوم أو ضرائب إضافية. بعض المرافق السياحية مثل المطاعم والفنادق لم تكتفي بالأسعار العالية وإنما هناك رسوم ما يطلق عليها tax أي الضريبة التي يتحملها السائح على سعر القائمة ، لذا نرى أن حركة السفر والسياحة قد تعرضت إلى حالات تذبذب ، فبعض المناطق أعفت قوانينها الزائرين أو السياح من دفع هذه الرسوم لتشجيع أعداد كبيرة من السياح على ارتيادها بينما المناطق الأخرى في داخل البلد الواحد أو الأقطار المختلفة فرضت أنواع من هذه الضرائب والرسوم. لقد اتخذت المنظمات الدولية مجموعة من التوصيات والقرارات بعد اجتماع منظمة الأمم المتحدة في العاصمة الإيطالية روما ١٩٦٣ والذي خصص لبحث مشاكل السياحة الدولية وبدعم من منظمة مجلس التجارة والاقتصاد الدولي وخبراء منظمة السياحة العالمية والذين طالبوا معظم الأقطار المشاركة في هذا الاجتماع بتوحيد أو تبسيط واتخاذ كافة الإجراءات من تخفيف أو إعفاء أو إلغاء لبعض هذه الرسوم بينما اقتصرت حالات فرض مثل هذه الضرائب على الدول التي تحتاج للحصول على موارد مالية إضافية لاستغلالها كمصادر تمويل لإقامة أو توسيع المشروعات السياحية لتطوير وزيادة حجم حركة السياحة والسفر الدولية المختلفة حسب حجمها وطاقتها الاستيعابية للمسافرين بدفع مبالغ جزئية بسيطة تستطيع هذه الدول من استثمارها وإقامة وتعمير وصيانة طرق المواصلات وأيضا لتمكين المنظمات السياحية والهيئات والأجهزة المعنية والمسئولة من حل المشاكل والمعوقات التي تعالج المشاكل و العقبات التي تعترض طريق التطور السياحي بالتعاون مع الإدارات والأجهزة والدوائر المعنية الأخرى.

١٠. التسهيلات السياحية المتعلقة بالخدمات الصحية

لقد جابهت السياحة العديد من المشاكل والمعوقات التي أثرت على سفر الأشخاص والجماعات عبر الحدود السياسية إلى المناطق السياحية المختلفة وقد اتخذت الدول بعض الإجراءات التي حددت أو قيدت سبل انتقال هؤلاء الناس خوفا من انتشار الأمراض أو الأوبئة والتي أصبحت عبئا ثقيلا على المؤسسات السياحية والصحية . هذا الأمر ساهم في ظهور أول منظمة عالمية تابعة للأمم المتحدة WHO تحرص على توفير السلامة الصحية والتنسيق بين الدول بشأن اتخاذ الإجراءات لتحسين الظروف الطبية والعلاجية على أفضل وجه. وحاولت بعد الحرب العالمية الثانية توفير الخبراء ومساعدة البلدان ، خاصة النامية منها بافتتاح مراكز التأهيل الطبي ومراكز الأمومة والطفولة والرعاية الاجتماعية وإعداد الكوادر الطبية المتخصصة في جميع نواحي الحياة الصحية . أظهرت WHO نتائج إيجابية بعد التقدم الذي شهدته في مختلف نواحي الحياة التي يعيشها الإنسان وقد قدمت العديد من التوصيات بشكل قرارات ملزمة للأقطار الأعضاء في تلك المنظمة العالمية وهذا بالطبع أدى إلى تسهيل عمليات السفر بين مختلف أقطار دول العالم . ومن الأمثلة التطبيقية العديدة حصر المناطق الملوثة أو التي تنتشر بها الأمراض والأوبئة كأسلوب لوقاية الشعوب أو الأفراد من نقل هذه الأمراض إلى تلك المناطق كبعض الجهات التي تعتبر من الأماكن الموبوءة أو التي تنتشر بها أمراض معدية وخطرة كالكوليرا والبلهارسيا والطاعون والإيدز والتيفوئيد وحصر هذه المناطق والعمل على مكافحة تلك الأمراض . وقد ذهبت أكثر من ذلك إلى برامج دولية ومساعدات مالية لإعانة بعض دول العالم للقضاء على الملاريا والبلهارسيا التي كانت تتسبب بحدوث نسبة عالية من الوفيات .أما بشأن ما يتعلق بالأمراض والسبل الكفيلة لمجابهة ازدياد حدتها، والعمل على تنمية الحركة السياحية فقد قامت بذلك من خلال :

١. توفير مراكز متخصصة تمنح شهادات دولية ضد الأمراض المعدية والسارية أو ما يسمى بالدفتر الصحي أو البطاقة الصحية.

٢. إيجاد مراكز طبية موزعة على مناطق الحدود الدولية كالموانئ والمطارات ومنافذ الدخول البرية والعمل على مدار ٢٤ ساعة إضافة إلى افتتاح مراكز طبية في مراكز المؤتمرات والمناطق السياحية.

٣. توفير تسهيلات طبية تتعلق بخدمات الطرق الخارجية كمراكز الإسعاف الفوري والزوارق السريعة و النقل الجوي .

تحسب طاقات الخدمات الطبية والصحية من حيث تحسن الأوضاع الاجتماعية التي تؤثر على زيادة السكان في أي قطر بما يلي:

أ) معدل الولادات – معدل الوفيات تظهر الزيادة السكانية خلال الفترات الزمنية المحددة كأن تكون على مدار عام .

ب) عدد المستشفيات /عدد الأطباء /نسبة الطبيب الواحد لكل فرد أو لكل عائلة من مجموع الأسر أو حسب التوزيع الجغرافي أو الإداري /أعداد المرافق الطبية /الصيدليات /المستشفيات الأهلية.

إن ظهور شركات التأمين الصحي التي أخذت على عاتقها رعاية الكوادر العمالية أو الوظيفية بالتنسيق مع المؤسسات والمصالح والدوائر المعنية بتوزيع أعداد المراجعين حسب تلك الشركات واختيار مناطق طبيعية كمصحات للاستجمام والراحة والوقاية أو إعادة النشاط الجسماني الذي يصيب العامل أو الفرد أثناء ساعات عمله اليومية والأسبوعية والسنوية وتوجيه نصائح وإرشادات لقضاء الإجازات والعطل خارج أماكن سكناهم الدائمة وتحديد المدة الضرورية لذلك وخاصة في المجتمعات الريفية (إكرام الضيف/ مساعدة الناس) إضافة إلى تحليل واقع دراسة التطورات السكانية والتي يتضمن طرق الإحصاء المستخدمة /التعداد

العام للسكان/ خطط التعداد /معدل الزيادة السكانية /زيادة معدل الولادات/ قلة عـــدد الوفيات.

اا. التسهيلات السياحية المتعلقة بالنواحي الاجتماعية

لقد طرأت على حياة الشعوب والمجتمعات تطورات جديدة ظهرت نتيجـــة للظروف التي أحدثتها الصفات التي تميزت بها الفترة التي أعقبت الحرب العالميـــة الثانية على أثر ما مرت بها تلك المجتمعات من أزمات اقتصادية وسياســية أثــرت تأثيرا مباشرا على الأجواء النفسية والحالة الاجتماعية التي تأثرت بها تلك الجماعات والأفراد حيث قيدت حركة انتقال الأشخاص والأموال من مكان إلى آخر، وفرضــت رقابة على وسائل الإعلام ودور الصحافة والنشر ومحطات الإذاعـــة والتلفزيـــون وغير ذلك من الوسائل التي كانت شائعة. كما تحملت الأعباء الطبقات العاملة مـــن مشاكل الأحداث أو الصراعات العسكرية حيث ازدادت ساعات العمل وشارك العديد في الحروب . وبعد انتهاء الحرب بدأت الحكومات والمنظمات الدوليـــة والإقليميـــة والوطنية من التفكير في إعداد البرامج وتشريع القوانين والأنظمة واللوائح للتغلـــب على المشاكل ووضع الحلول المناسبة والقيام بـــإجراءات تـــهدف إلـــى تســـهيل المشاركة في حركة السياحة والسفر والانتقال إلى محلات ومناطق خـــارج أمـــاكن إقامتهم الاعتيادية . ومن الأمثلة الواضحة على ذلك ما تحقق من إعـــلان حقـــوق الإنسان الذي صدر في باريس والذي أكدت منظمة الأمم المتحدة والمنظمات الدولية الأخرى بحرية انتقال الأفراد والأموال وتشريع والمصادقة على مـــا طـــالبت بـــه الاتحادات والنقابات من إجراءات سليمة عادلة استهدفت منح إجازات سنوية مدفوعة الأجر للعاملين، كما قلصت ساعات العمل وتم تحديد عطلة نهاية الأسبوع والحد من تشغيل الأطفال والشباب دون الثامنة عشر من العمر والنساء في الأعمال الشاقة.

١٣. التسهيلات السياحية المتعلقة بخدمات السكرتارية

تتضمن دراسة هذا الموضوع معرفة حقائق عديدة منها التطـــورات التـــي صاحبت حياة المجتمعات بعد قيام الثورة الصناعية وظهور أعمال جعلت الفـــرد لا يستطيع بمفرده من السيطرة على وتسيير أمور المعاملات المتعلقة ببعــض المـــهن وخاصة منها الصناعية والتجارية نتيجة حتمية لتنظيم أســـاليب العمـــل والأســـاليب الأخرى المتعلقة بالتشغيل والحسابات والعلاقات العامة والترويج والتسويق إلى غير ذلك من الأمور المصاحبة والملازمة لهذه الأعمال.

ففي البداية كان التجار أو أرباب المهن يعتمدون كليا على أنفسهم في تســيير أعمالهم التجارية.

إضافة إلى أن قطاع السياحة قد شهد تطورا في هذا المجال حيث ســـاهمت تلك الفئات من أرباب العمل وأصحاب الأعمال المختلفة بالمشاركة في حجم حركـــة السياحة الدولية مما ترتب عليه الحاجة إلى الاستعانة بأشخاص مـــن ذوي الخـــبرة والكفاءة والقابلية على تسهيل أمور السائح في المجالات المتعددة التي تتطلبها حياتــه الاعتيادية ونشاطاته التجارية التي تفرض عليه بعض الجوانب ومنها الحاجة إلـــى ترجمة فورية.

أما فيما يخص القوانين والأنظمة والتسهيلات السياحية المتعلقة بهذا المجال

فيمكن تمييز مرحلتين تاريخيتين لتطوير عملية التسهيلات الســـياحية التـــي شهدتها حركة السياحة الدولية والإقليمية بشكل مبسط:

a) المرحلة الأولى / اعتمد الإنسان في سفره وترحاله، لأغـــراض متعـــددة مـــن مناطق سكناه إلى أماكن أخرى ولأغراض متعددة ، على نفسه ولم تكن هناك أية قوانين بغية تنظيم تلك الرحلات لا من حيث عبور الحدود السياسية ولا إجراءات الدخول ولا خدمات الإقامة والإيواء وإنما كانت تختلف طبيعة هذه الإجـــراءات

حسب المعايير أو الظروف التي اعتمدتها تلك البلدان نتيجة حتمية لأن أعداد المشاركين في حركة السياحة والسفر كانت محصورة وتقتصر على طبقة معينة من الناس.

b) المرحلة الثانية / حاولت الدول والحكومات والمؤسسات الفردية وضع بعض الضوابط أو القوانين لتحديد المعايير الواجب إتباعها في عمليات السفر والسياحة وقد أدت إلى ظهور أساليب جديدة اعتمدت على تشريع بعض تلك المراسيم أو الأوامر الملكية أو إصدار أنظمة من السلطات العامة . فقد ظهرت في قارة أوروبا تلك القواعد منذ القرن الثامن عشر وأجازت لكل مستثمر بتأسيس أو إنشاء محل للإيواء وكان هذا يعتمد أيضا على التعاون بين بعض الجهات المحلية أو الإقليمية ولكنه في الغالب كان بدرجة بسيطة.

c) المرحلة الثالثة / نتيجة لتطور وزيادة حركة السفر والسياحة واهتمام المنظمات والهيئات والاتحادات المحلية والعربية والدولية فقد أصدرت قوانين نظمت العلاقة بين أقطار العالم لتبسيط الإجراءات وتسهيل أمور انتقال الأفراد أو الجماعات عبر الحدود السياسية معتمدة على توفر المعايير التالية: السلامة العامة، الاطمئنان على درجة راحة المسافرين، كلفة أو تحديد الأسعار، إضافة إلى النواحي الأخرى.

١٣. التسهيلات السياحية المتعلقة بتسهيل وتنشيط حركة السياحة الإقليمية

يعتبر هذا النوع من التسهيلات ذا أهمية خاصة لما تتميز به حركة السياحة الإقليمية من تطور ونصيبها من حركة السياحة الدولية . هذا يقودنا إلى ضرورة التعاون والتنسيق في موضوع التكامل السياحي العربي لأن الاتحاد العربي للسياحة يعتبر أحد المنظمات الإقليمية الرسمية الدولية . هذا يتطلب إيجاد صيغ لنموذج هذا التعاون على صعيد أقطار الوطن العربي وتتمثل التسهيلات السياحية الواجب القيام بها بما يلي:

١- ضرورة الربط ما بين النشاط السياحي والمظـــاهر والتطـورات والأحــداث الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والمالية العالمية.

٢- إن إزالة الحدود والمعوقات التي تواجه الأشخاص والتي تمنع أو تحـــد مـــن سفرهم ستؤدي إلى زيادة عائدات السياح .

٣- التنسيق والتعاون في مجال الكوادر العاملة في قطاع السياحة في القطـــاعين العام والخاص.

٤- العمل على تنظيم جهود مشتركة للحملات التسويقية والترويجيـــة بوســـائلها المختلفة والمتعددة.

٥- الاهتمام بإجراء تسهيلات في مجال قطاع النقل والمواصلات علـــى صعيـد إقليمي.

يهتم موضوع تنشيط الحركة السياحية الإقليمية بالزيادة التي طــرأت علـــى فترة السبعينات بعد تقسيم دول العالم إلى مناطق إقليمية تابعة إلى منظمة الســـياحة الرسمية الدولية فقد لجأت المنظمة إلى طرح المشاكل والمعوقات التي تعترض تنمية السياحة في هذه المناطق الجغرافية إلى لجان من الخـــبراء والمعنييـــن والبـــاحثين والتابعين لمنظمة السياحة الدولية بأن تأخذ على عاتقها تلك المسئوليات .تـــم عقـــد الاجتماعات من المنظمات الدولية برعاية الأمين العام للأمم المتحدة لتسهيل تنفيـــذ تلك التوصيات وهكذا نرى أن خطوات سريعة وفعالة قد طرأت على حركة السياحة الدولية والتي يمكن اعتبارها داخل الأقاليم الجغرافية التالية:

منظمة البحر الكاريبي ،دول جنوب شرق أسيا والمحيط الباسيفيكي، منظمة غـــرب أسيا، المنظمة الأوروبية، منظمة دول أمريكا اللاتينية، وأخـــيرا اعـــترفت منظمـــة السياحة الرسمية بالاتحاد العربي كمنظمة سياحية إقليمية أخذت على عاتقها القيـــام بعمليات التنسيق والتعاون بين أقطار الوطن العربي لتنمية حركة السياحة الدولية من

وإلى داخل الوطن العربي وتشمل التسهيلات بمجال السياحة الإقليمية النواحي التالية:

١. وضع الخطط الكفيلة بالنهوض بالمستوى والطاقات لمناطق السياحة المختلفة وعلى صعيد التعاون الإقليمي.

٢. تهيئة الكوادر السياحية عن طريق الدورات أو المعاهد أو الكليات المتخصصة في هذا المجال من الأمثلة: إنشاء كلية سياحية فندقية متخصصة للدراسات الجامعية في أحد أقطار الوطن العربي خدمة لتهيئة المتخصصين في هذا المجال.

٣. الاستثمارات ومصادر التمويل التي يحتاج أليها القطاع السياحي كون التنظيم الإقليمي أكثر قدره على تحمل تلك النفقات كإقامة (نقاط الحدود المشتركة وإقامة المشاريع المشتركة مثل المدن الكبرى والمتنزهات والمعالم السياحية، الأثرية أو التاريخية).



إدارة الخدمات السياحية

MANAGING TOURISM SERVICES

الفصل الأول **الخدمات السياحية**

خدمات الضيافة

خدمات سياحية أخرى

الفصل الثاني **إدارة الخدمات السياحية**

١-التوقع والتخطيط

٢-التنسيق

٣-التدريب

- **برامج توعية الجمهور**
- **إدراك السائح وحاجاته**
- **إدراك دوافع السياح**
- **إقامة مراكز المعلومات السياحية**

٤-التقييم

الفصل الأول
الخدمات السياحية
TOURISM SERVICES

ↂↂↂↂ

تتضمن خدمات السياح/ الزوار جميع الخدمات الاعتيادية مثل خدمات الأمن والدفاع المدني والخدمات الصحية والتسهيلات العامة، بالإضافة لمجموعة من الخدمات الأخرى وعلى رأسها الخدمات التجارية. مثل هذه الخدمات والتسهيلات تجعل من المجتمع مكانا يسعد الزائر بمشاهدته وتزكيته لزملائه وأقربائه.

تتضمن الخدمات والتسهيلات المقدمة للسياح الضيافة والعديد من الخدمات الأخرى.

الضيافة HOSTING

يفترض أن يكونَ المواطن مضيافا، ذا معرفة بالبلد والمنطقة التي يعيش فيها وذا اهتمام بالزائر . فمن ضمن واجباته المتوقعة تقديم خدمات للزائر أين يذهب، وكيف يصل إلى هناك، وماذا يشاهد، وماذا يمكنه أن يعمل ليتمتع بزيارته؟. لا يقتصر هذا الدور على المواطن، بل هو مسئولية جميع الهيئات والمؤسسات الرسمية وغير الرسمية التي لها علاقة مباشرة أو غير مباشرة بالسائح. إن التجربة الإيجابية للسائح كضيف يحل على البلد المقصود بزيارته تجعله يشعر بالارتياح والأمان مما يعني احتمالية أكبر لتكرار الزيارة والتأثير على الآخرين لزيارة البلد. هذا يعني أن خدمات الضيافة يجب أن تكون جزءا أساسيا من الخطة العامة والاستراتيجيات والسياسات السياحية للبلد ، وكذلك ضرورة تقييمها من وجه نظر

السائح نفسه للحصول على التغذية الراجعة التي تساعد في تحسين مستوى الخدمات بشكل أفضل وتساعد على تجنب الأخطاء والهفوات في هذا السياق.

خدمات سياحية أخرى OTHER TOURIST FACILITIES

لا شك أن السياحة لها مشاكلها الخاصة، فهي تبدو قوية متماسكة أحياناً، مريضة في بعض الأحيان، ويصيبها نوبة قلبية أو حالة عدم استقرار في كثير من الحالات، لها حوادث سير خاصة بها، ولها مشاكلها البيئية المتنوعة. لذا، فإن هذا يتطلب أن يكون البلد المقصود على استعداد تام لمواجهة ومعالجة مثل هذه المشاكل وتوقع حدوثها قبل أن تستفحل ويزداد تأثيرها.

لذا، فإن هناك حاجة ماسة لتنمية خطة خدمات للزوار والتي عادة ما تشتمل:

١- أعداد رجال الأمن والدفاع المدني ومواقعهم وتوزيعهم.

٢- أماكن تجمع ومخيمات ومواقف خاصة بالجماهير عند الحاجة.

٣- تسهيلات صحية وخدمات طبية لتقديم الخدمات اللازمة.

٤- مراكز معلومات سياحية مجهزة بأفراد ذوي خبرة وكفاءة بما يتناسب مع الخطة السياحية.

٥- برامج سياحية، تحف ،هدايا تذكارية وبروشرات ليتم توزيعها على الزوار.

إن السبب الرئيسي لتوفير هذه الخدمات هو تقديم خدمات مناسبة وحسب ما يتوافق مع حاجات ورغبات الزوار وتجنب أية مشاكل أو معوقات للحركة السياحية مثل المشاكل الصحية والمرورية . والهدف الرئيسي هو ضمان أن الزوار يتم خدمتهم من قبل أفراد مدربين، ولا يقتصر هذا على بعض النشاطات السياحية مثل الاحتفالات والمهرجانات، وإنما تشمل رزمة من الخدمات السياحية المتكاملة التي

يتم تقديمها بشكل يتناسب مع الصورة الذهنية التي تهدف الخطة السياحية إلى رسمها وتعزيزها في أذهان الزوار أو السياح.

ما سبق ذكره يعني أن هناك ضرورة لإعداد وتنفيذ برامج لخدمات الــزوار تشمل على:

١- توقع وتخطيط الحاجة للخدمات.

٢- تحديد كيفية تنسيق الخدمات.

٣- تدريب الكوادر البشرية لتقديم الخدمات.

٤- تقييم الخدمات التي يتم تقديمها وبرامج التدريب التي يتم تنفيذها.

ه ستتم شرح كل منها بالتفصيل لاحقا.

الفصل الثاني

إدارة الخدمات السياحية

MANAGING TOURISM SERVICES

ꕥꕥ

تتضمن إدارة الخدمات السياحية عملية التخطيط ، التنسيق ، التدريب، وتقييم الخدمات.

١- توقع والتخطيط للخدمات الضرورية

ANTICIPATING AND PLANNING SERVICE NEEDS

لكل بلد ميزاته الخاصة التي تستقطب السياح، سواء كانوا من الذين يقصدون البلد بهدف الترفيه، قضاء الإجازات، زيارة الأماكن التاريخية، الدينية،...،الخ. وكذلك هناك مجموعة من الخدمات التي يجب تقديمها حسب طبيعة البلد المقصود وحاجات وتوقعات السياح. وتتضمن مثل هذه الخدمات ما يلي:

I- Public and private support services.

A. Business

1- Food/ lodging / entertainment.

2- Recreation/ auto / amusement concessionaires.

B. Information:

1- Visitor information centers/local and state organizations And associations.

II- Security

A. Police and fire protection.

B. Lifeguards.

C. Beach patrols.

D. Crowd Control.

E. Traffic control and accident prevention.

III. Health and Sanitation

A. First aid stations.

B. Emergency and rescue.

C. Hospital and clinic.

D. Garbage and litter disposal.

E. Personal facilities.

IV. Public Utilities and facilities

C. Water/ Electricity/ Telephone.

B. Camp grounds.

C. Parks and recreation areas.

قبل الشروع بتنظيم الخدمات وتقديمها فإن ذلك يحتاج إلى تقييم لمستوى الخدمات المتوفرة. وعملية التقييم هذه تتضمن الإجابة على الأسئلة التالية:

- هل يتوفر مراكز خدمات زوار في المنطقة، ما مدى توفرها وتوزيعها؟
- هل يتوفر وكلاء للسياحة، نوادي سيارات، ومراكز أخرى تقدم خدمات للزوار، وماذا تشمل؟

- هل يتوفر مؤسسات إيواء (فنادق، موتيلات،...) كافية؟
- كيف تقوم مناطق الجذب السياحي بتقديم الخدمات اللازمة مثل مكاتب التذاكر، مؤسسات ومراكز ثقافية، مواقع تاريخية، وتسهيلات ترفيهية؟
- هل مؤسسات تقديم الأغذية والمشروبات تقوم بتلبية طلبات الزوار كما يجب؟
- هل تتوفر خدمات الأمن، الدفاع المدني، البريد، بشكل مناسب؟
- ما طبيعة الخدمات المقدمة من قبل الأفراد والمؤسسات الأخرى التي لها علاقة مباشرة أو غير مباشرة بالسياح، مثل محطات الوقود، المكتبات والمحلات التجارية؟

٢-تنسيق خدمات الزوار

COORDINATION OF VISITOR SERVICES

إن تنسيق خدمات الزوار لا يتطلب فقط معرفة واسعة بكيفية تقديم الخدمات ومن سيقوم بذلك في كل منطقة، لكن هذا يحتاج أيضا لفهم دقيق لطبيعة مشاكل المؤسسات والأفراد الذين يقدمون مثل تلك الخدمات.

التنسيق هي وظيفة الرقابة التي تبين القنوات ما بين وكالات الخدمات الأخرى المختلفة ،المؤسسات السياحية ،مناطق الجذب السياحي ،...الخ. ولكي يتم التنسيق بشكل أفضل تحتاج كل مؤسسة لفهم واضح لحاجات الزوار والعلاقات ما بين المؤسسات والوكالات والهيئات السياحية المختلفة ليتسنى لها عملية الاستجابة بشكل مناسب لمثل هذه الحاجات والتوقعات. إن جهود التعاون والتنسيق هذه تحتاج لمن لديه تفاصيل وافيه وفهم دقيق ونظرة مستقبلية واضحة وقدرة على الرقابة على خدمات الزوار، يقوم بالتحليل والتعرف على حاجات الزوار ويقوم بتقييمها بشكل دوري ومستمر. كذلك يجب أن يكون لديه القدرة على إدماج المجتمع في نشاطات

الزوار بالإضافة إلى مهارته في العملية الإدارية والتي تشمل التخطيط، والتنظيم، التوجيه والرقابة.

٣-التدريب لتقديم خدمات الزوار

TRAINING FOR VISITOR SERVICES

برامج تدريب الكوادر البشرية في مجال خدمات الزوار يجب أن تشتمل جميع الوظائف والمستويات من أدناه: مثل busboy, ticket taker, bellboy, إلى أعلى المستويات مثل منظمو الرحلات tour operators.

أفراد المجتمع كذلك يعتبرون جزءا من برامج التدريب من خلال البرامج طويلة الأمد لتوعيتهم وتثقيفهم في هذا المجال. مثل هذه البرامج يجب أن تكون شاملة ومستمرة. ونقطة الجوهر أو الأساس Core point في هذه البرامج هي الضيافة Hospitality؛ أي كيف يصبح الفرد مضيافا من خلال الابتسامة، المجاملة، الود..الخ.

تشمل برامج التدريب أولئك الذين يقدمون خدمات شخصية أو لهم علاقة وصلة مباشرة مع السائق مثل أولئك الذين يقدمون معلومات للسياح، أولئك الذين يجب أن يقدموا خدمات متخصصة للسائح والمواطن معا مثل رجال الأمن العام والدفاع المدني وموظفي الصحة والمؤسسات المالية وأصحاب المحلات التجارية. كذلك تشمل المجتمع بكامل أفراده لتنمية روح الصداقة والمحبة للسياح. وتشمل أيضا الأفراد في مراكز خدمات الزوار نظرا للعلاقة الشخصية ما بينهم وبين الزوار. مثل هذه البرامج التدريبية تشمل:

١- تأثير السياحة على وظائفهم ومجتمعاتهم. كلما شعروا بأهمية السياحة، كلما زادت لديهم أهمية تقديم الخدمات للسائح.

٢- تدريب في مجال الضيافة من حيث احترام الزوار والتفاعل بأدب معهم، مجاملة وصداقة الغرباء، ....، الخ.

٣- تنمية الشخصية لبيان الجانب الإيجابي من الشخصية علما بأن السائح يتكون لديه انطباع سيئ حول البلد والمجتمع، إذا تم تجاهله من قبل العاملين في المراكز.

٤- تنمية اتجاهات الاحتراف professionalism من خلال تعليمهم أداء الوظيفة بشكل فاعل.

٥- معلومات حول المجتمع والبيئة المحيطة.

٦- الاهتمام بالمظهر العام من خلال النظافة واللباس المناسب وأسلوب الكلام.

٧- القيام برحلات تعريف بالمناطق السياحية والهامة من وجهة نظر السائح أو الزائر.

٨- تعلم ما يجب القيام به في حالات الطوارئ مثل النار، السرقة، الإغماء،..،الخ.

من الذي سيقوم بالتدريب؟

التدريب يجب أن يتم من خلال خبراء في السياحة والتدريب السياحي، من خلال موظفي النشاطات السياحية أو من خلال أصحاب ومدراء المؤسسات السياحية.

بعد تحديد الأهداف التدريبية، يجب تحديد الحاجات التدريبية لتحقيق تلك الأهداف. العديد من البلدان السياحية تقوم بتدريس معلومات سياحية عامة في الصفوف الإعدادية أو الثانوية. مثل هذه البرامج تسمى ببرامج توعية الجمهور.

• برامج توعية الجمهور Public Awareness Programs

عادة ما نجد برامج الترويج السياحي تتم باستقطاب الزوار من خارج البلد، لكن هناك برامج ترويج داخلية ذات أهمية خاصة لتوعية المواطنين بأهمية البلد السياحة ذات أولوية وأهمية أكثر مما هو في حال الترويج الخارجي كون الجماهير والمواطنين جزءا من السلعة/ الخدمة السياحية والتي عادة تتطلب تنمية وتطوير قبل الشروع ببرامج التسويق. إن إيجاد التقبل وتنميته لدى المواطن المحلي يساهم في احترام والاهتمام بالسائح من قبل المواطنين وينعكس هذا على الاتجاهات الإيجابية لدى السياح.

ما يحدد طبيعة وماهية هذه الحملات هو توفر الوقت والموارد المالية وقدرة المجتمع على امتصاص وتقبل مثل هذه النشاطات. هذا يحتاج لمعرفة المنافع التي يجنيها كل طرف للهيئات والأفراد في المجتمع ليتم تطوير البرامج بشكل يتناسب مع مختلف الحاجات والمنافع المتوقعة. هذا بالطبع يحتاج لفهم كل ما يتعلق بالسائح.

• إدراك السائح وحاجاته Understanding the tourist

بالإضافة إلى إيجاد التقبل لدى السائح، فإن برامج التوعية الجماهيرية يجب أن تساعد المجتمع على فهم السائح؛ من هو السائح، مشاكله، دوافع الزيارة، العوامل الديمغرافية والاقتصادية والأصول الجغرافية. هذا يساعد قي إيجاد عوامل تقارب ما بين السائح والمواطن مما يسهل عملية التقبل والتفاعل من حيث تأثير مثل هذه العوامل على طبيعة وسلوك السائح. هناك ثلاثة عوامل تساعد في فهم أنماط السلوك للسائح:

١- Normalness

إن الطبيعة الحيوانية في السائح والتي تمنعه من إلقاء النفايات في الشارع أو المكان العام أمام أصدقائه وأقاربه، هي نفسها التي تسمح له بعمل العكس في بلد لا يعرف فيه أحد.

٢- Strangeness

هنا، لأن الزائر في مكان غريب فيجب عليه أن يأخذ الحذر في سلوكه مما يدعوه مثلا لحمل القمامة لمسافة بعيدة كي يجد المكان المناسب لإلقائها.

٣- Pressure

كنتيجة للضغط الكبير والإحباط من بيئة العمل وربما الالتزامات العائلية، يمكن أن يخرج الإنسان عن طوره المعتاد، ويلقي القمامة في غير مكانها المخصص تعبيرا عن إحباطه.

لذا فإنه كلما ازدادت مقدرة المجتمع على تفهم مشاكل الزوار، كلما كانت هناك إمكانية أكبر للتفاعل معهم واستقطابهم والاستجابة بالطريقة والأسلوب المناسب.

- **إدراك دوافع السياح Understanding tourist motives**

إن برامج التوعية السياحية للمجتمع تعني بالضرورة تعاون المواطن مع السائح حتى لو لم يكن هناك اهتمام خاص بالدافع الرئيسي لزيارة السائح مثل التنقيب الجيولوجي أو البحث عن الآثار، والذي ربما في بعض الحالات يعتبره المواطن على أنه هدر للوقت والجهد.

حتى لو كانت المنطقة من مناطق الجذب السياحي الرئيسية والمعروفة فإن هناك حاجة ماسة لترويج المنطقة للمواطنين أو تشجيع المواطنين أنفسهم على زيارة المناطق السياحية لتشجيع السياحة الداخلية وعملية التفاعل ما بين السائح والمواطن.

- **إقامة مراكز المعلومات السياحية**

Establishing Tourist Information Centers

تعتبر مراكز المعلومات السياحية أو ما يسمى بمراكز الزوار، من أهم التسهيلات السياحية كونها حلقة الوصل ما بين السائح والبلد السياحي ولها تأثير خاص على تشكيل الانطباع المناسب حول البلد. لذا، يجب أن تحوي معلومات كافية وكوادر مدربة. من أهم المعلومات الضرورية: أماكن الإقامة، مواقف السيارات، كراجات تصليح السيارات، المناطق الأثرية والتاريخية والدينية، الملاهي وأماكن الشكاوي، الخدمات الصحية، الصناعات المحلية، الحكومة المحلية، الصحف المحلية، التلفاز والمذياع، الرياضة والتسوق، خدمات السفر،...، موقع المركز يجب أن يكون في موقع استراتيجي يرتاده الزوار، على تقاطع الطرق، في المداخل والمعابر الرئيسية، في الفنادق، غرفة التجارة،...، ويجب إعادة النظر في المراكز المختلفة وتقييمها باستمرار من حيث الموقع، الكوادر المختلفة ، الخدمات والتسهيلات المقدمة... الخ.

٤- تقييم برامج الخدمات والتدريب

EVALUATING TOURIST SERVICE & TRAINING PROGRAMS

بعد تنفيذ البرامج المختلفة ، لابد من مراجعتها وتقييمها بشكل دائم و دوري للتأكد من تحقيقها لأهدافها ولتضمين أية ظروف أو مستجدات تؤثر سلبا أو إيجابا على مدى فعالية هذه البرامج.

المراجع

المراجع العربية

١-د. احمد ماهر،تنظيم وإدارة المنشات السـياحية والفندقيـة، المكتـب العربـي الحديث،١٩٨٨.

٢- د. صلاح الدين عبد الوهاب، المنهج العلمي في صناعة السياحة، المجلـد الأول (النظرية العامة للسياحة) ١٩٦٧.

٣- مشعل الخصاونة ، وزارة السياحة: الجانب الاقتصادي لتنمية السياحة، ورقـة بحث غير منشوره

المراجع الاجنبية

1. Aryear Gregory, THE TRAVEL AGENT, Regent, prentice Hall Inc., New Jersey .1993
2. Bhatia, A.K., TOURISM DEVELOPMENT: PRINCIPLES AND PRACTICES, New Delhi ,Sterling Publishers pvt. Ltd.,1991
3. Bhatia, A.K.,INTERNATIONAL TOURISM: FUNDEMENTALS AND PRACTICES, New Delhi ,Sterling Publishers Pvt. Ltd.,1991
4. Donald E.Lundbery, THE TOURISM BUSINESS,Van Nostrand Reinhold,New york,1990
5. Doswell, Roger and Gamble, Paul R., MARKETING AND PLANNING HOTEL AND TOURISM PROJECTS; London: Barrie and Jenkins ltd., 1979
6. Joseph D.Fridgen, DIMENTIONS OF TOURISM, AH&MA,NY,1990
7. Joseph T.Reilly ,HANDBOOK OF PROFESSIONAL TOURISM MANAGEMENT,Delmar Publishers,Inc.,Second Edition,1991
8. Joseph, William, PROFESSIONAL SERVICES MANAGEMENT, NY McGraw- hill book co, and 1983.
9. Kathleen Lingle pond, THE PROFESSIONAL GUIDE,New York, Van Nostrand Reinhold, 1993
10. Kaul, R.N. THE DYNAMICS OF TOURISM; ATRILOGY, New Delhi Sterling Publishers Pvt. ltd. 1992.
11. Robert Christie Mill, TOURISM; THE INTERNATIONAL BUSINESS, Prentice – Hall International Inc. , New Jersey, 1990

المؤلف في سطور:

× يعمل استاذ مساعد في إدارة الفنادق- جامعة العلوم التطبيقية منذ عام ٩٨/٩٧.

× عمل استاذ مساعد في قسم إدارة الأعمال- جامعة الاسراء الأهلية ٩٧/٩٦.

× حصل على دكتوراه في إدارة الأعمال (تسويق فندقي) ٩٦/٩٥.

× حصل على ماجستير في إدارة الأعمال -MBA- في التسويق وشؤون الموظفين ٩٣/٩٢.

× حصل على بكالوريوس إدارة أعمال ٨٨/٨٧.

× حصل على دبلوم سنتان في اللغة الفرنسية.

× قام بنشر العديد من المقالات والأبحاث في السياحة والفندقة.

× قام بتنظيم معرض سياحي أردني تحت رعاية السفارة الأردنية في نيودلهي/ الهند في كانون ثاني ١٩٩٥.

× حصل على شهادة إعداد وتدريب مدربين - TOT - عام ١٩٩٩.

× صدر للمؤلف : التسويق الفندقي ، الترويج الفندقي الحديث، محاسبة الفنادق والمطاعم .

دار وائل للنشر

عمان-شارع الجمعية العلمية الملكية

مقابل باب الجامعة الاردنية الشمالي

هاتف ٥٣٣٥٨٣٧ فاكس ٥٣٣١٦٦١ ص.ب: ١٧٤٦

الجبيهة-الاردن

ISBN 9957-11-068-3 (ردمك)